

第 15 次第3回横浜市消費生活審議会

議事次第

令和 7 年 12 月 17 日（水）午後 2 時 30 分から午後 4 時 30 分
横浜市役所 18 階共用会議室 みなと 4

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 令和 8 年度「横浜市消費者教育推進計画」について
- (3) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の見直しに係る意見交換
- (4) 第 14 次審議会「デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組」に基づく取組報告
- (5) その他

3 閉 会

【資料】

- | | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 資料 1 | 第 15 次横浜市消費生活審議会 委員名簿 |
| 資料 2 - 1 | 令和 6 年度 消費生活相談の傾向（記者発表資料） |
| 資料 2 - 2 - 1 | 令和 7 年度重点取組事項 |
| 資料 2 - 2 - 2 | 令和 7 年度重点該当事業実績（11 月末時点） |
| 資料 2 - 3 | 令和 7 年度消費者教育推進計画抜粋（6 年度事業実績追加版） |
| 資料 3 - 1 | ヨコハマ e アンケート結果 |
| 資料 3 - 2 | 消費者安全確保地域協議会について |
| 資料 3 - 3 | 改訂版「横浜市消費者教育推進の方向性」方向性の柱（案） |
| 資料 3 - 4 - 1 | 現行「横浜市消費者教育推進の方向性」修正案 |
| 資料 3 - 4 - 2 | 国の基本方針（概要版） |
| 資料 4 - 1 | 「許さんぞ！消費者トラブル!!」 3 人の蝶野が喝！ポスターで市民に注意喚起！（記者発表資料） |
| 資料 4 - 2 | ～川崎市・横浜市 『悪質商法対策強化合同キャンペーン』 【横浜市取組】～悪質商法の注意喚起動画を SNS 広告・駅構内等で放映・配信します（記者発表資料） |
| 参考資料 1 | 令和 6 年度 消費者被害救済部会 付託案件検討状況について |

第15次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和7年12月1日現在

No	委員氏名	所 属	備 考
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会	学識経験者 会長
2	おの ひとし 小野 仁司	神奈川県弁護士会	学識経験者 被害救済部会委員
3	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会	学識経験者 副会長
4	こさか きよみ 小坂 清美	横浜市生活協同組合運営協議会	消費者代表
5	しみず ゆりこ 清水 百合子	横浜市消費者団体連絡会	消費者代表
6	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会	学識経験者 被害救済部会委員
7	ながい じゅんじ 永井 淳二	横浜商工会議所	事業者代表
8	なかじま さつき 中島 さつき	横浜市消費生活推進員 戸塚区代表	消費者代表 被害救済部会委員
9	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議	事業者代表 被害救済部会委員
10	ふくしま しげひろ 福島 成洋	明治学院大学法学部 准教授	学識経験者

敬称略：五十音順

令和 6 年度 消費生活相談の傾向

～80 歳代以上の相談が急増

50 歳代以上は「不審な電話・メール」、40 歳代以下は「不動産貸借」～

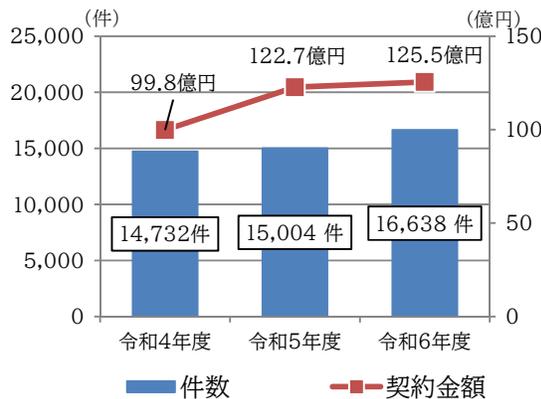
横浜市では、市民の皆様の安心・安全な消費生活の実現のため、横浜市消費生活総合センターにおいて商品・サービスに関する契約トラブル等についてのご相談をお受けし、その解決のサポートを行っています。

令和6年度に寄せられた消費生活相談の特徴としては、全体に件数が増加し、特に 80 歳以上の相談が前年度比 27.7%増加するなど、高齢層の相談が増加しています。また、分電盤をはじめ点検商法のトラブルが増加しています。

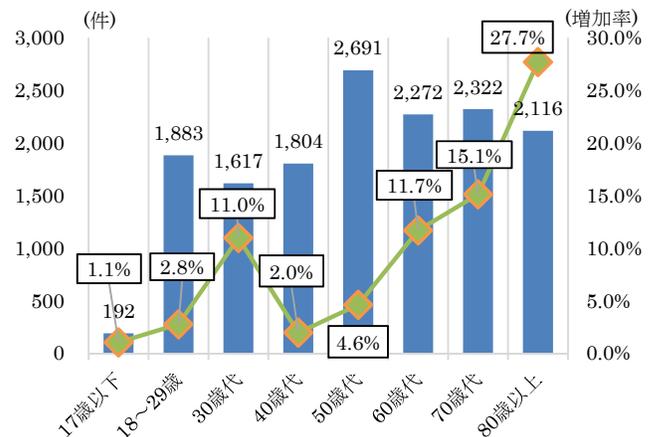
<全体概況>

①相談件数と契約金額の推移

(前年度比 1,634 件増、10.9%)



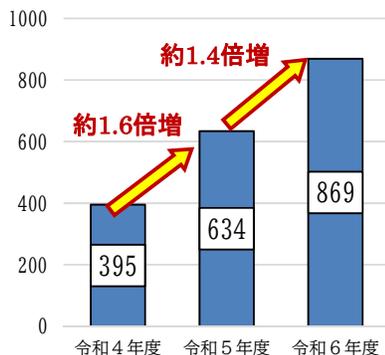
②年代別件数と対前年増加率



1 60 歳以上の点検商法のトラブルが増加 (別紙事例 1 参照)

点検商法の相談件数は令和 4 年度から毎年増加しています(図①)。最も件数が多いのは給湯器ですが、令和6年度は「分電盤を点検します。」と言って突然来訪した事業者に、「古くなり危険なのですぐに交換した方がよい。」などと不安をあおられ工事を契約したが解約したい、という相談が前年度より 20 倍増加(令和5年度:6件→令和6年度:121件)しました(図②)。契約当事者の年代では 60 歳代以上の相談が全体の 8 割以上を占めており、高齢層が狙われています(図③)。

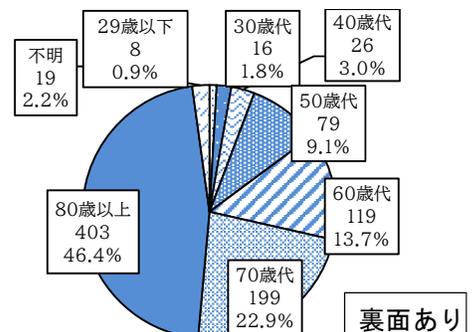
【図①】点検商法の相談件数



【図②】令和6年度 点検商法の内訳

内訳	件数	平均契約金額
給湯器	143	39万円
分電盤工事	121	18万円
屋根工事	89	168万円
その他	516	81万円
計	869	76万円

【図③】令和6年度 点検商法の年代別件数と割合

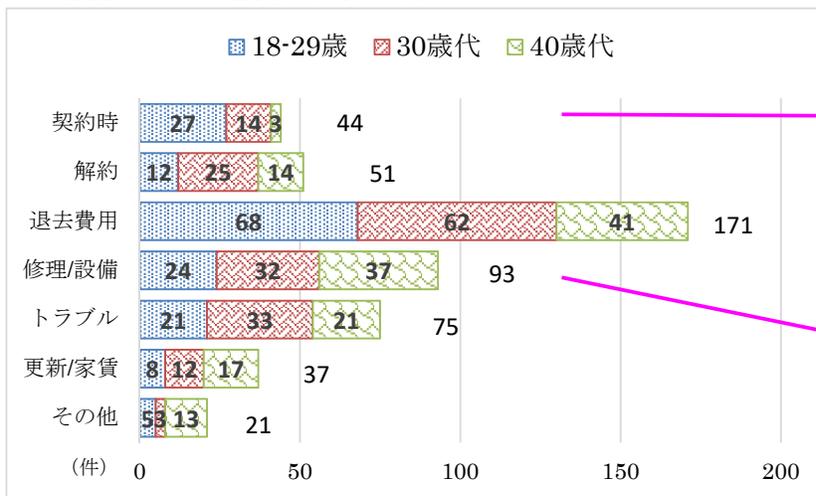


2 18～49歳は「不動産賃借」が1位 (別紙事例2参照)

18～49歳の相談件数の1位が、「不動産賃借」に関する相談です。年間相談件数 844 件のうち、18～49歳の合計は 492 件(全体の 58%)でした。

どの年代も「退去時に高いクリーニング費用を請求された。」「原状回復費として壁紙の交換費用を求められた。」などの「退去費用」に関する相談が多くなっています。また「修理/設備」は、入居中の設備の修理や共用部の不具合に関する相談です。「更新/家賃」には、「次の更新はしないので退去してほしいと言われた。」「正当な理由が無いのに、急に家賃を上げると言われた。」などの相談があります。

不動産賃借の年代別相談件数・内訳



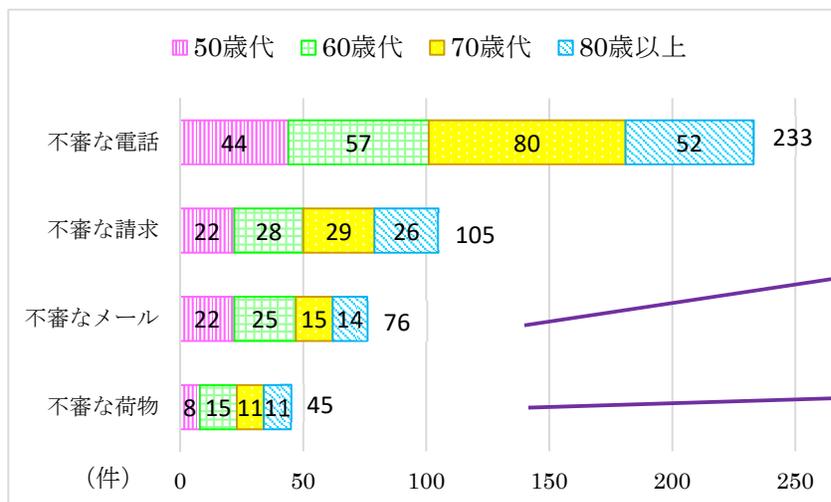
『契約時』の例
 ・内見時に、入居までに部屋の残置物の処分や掃除を済ませるといって条件で契約したが、入居日になってからもクリーニングされていなかった。
 ・部屋の鍵を交換する約束で入居したが、高額のため交換できないと言われた。

『修理/設備』の例
 ・契約書には付帯設備と記載されたエアコンが故障した。修理を依頼すると、前住人の残置物なので、自分で修理するようにと言われた。

3 50歳代以上は「不審な電話やメール」が上位に (別紙事例3・4参照)

商品・役務別で 50～70 歳代の第 1 位となる「商品一般」の相談内容は多岐に渡りますが、代表的な相談としては「不審な電話」、「不審な請求」、「不審なメール(フィッシングメール等)」、「不審な荷物」が挙げられます。

商品一般の主な内容



『不審なメール』の例
 ・実在する企業や団体名をかたって個人情報を求めるメールやSMSが届いた。
 ・芸能人をかたって「お金を受け取ってほしい」というメールが届いた。

『不審な荷物』の例
 ・大手通販会社から、注文した覚えのない荷物が届いた。

困った時は、横浜市消費生活総合センターにご相談下さい。 [横浜市消費生活総合センター](#) [検索](#)

※本件は、横浜経済記者クラブへも同時発表しています。

お問合せ先

経済局消費経済課長	畠山 重徳	Tel 045 - 671 - 2573
横浜市消費生活総合センター長	小川 信也	Tel 045 - 845 - 5708



GREEN×EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月～9月 横浜・上瀬谷



事例1 無料の分電盤点検

「分電盤の無料点検に伺いたい。」と業者から突然電話があり、契約している電力会社だと思い、来訪を承諾した。点検後に「分電盤が古く劣化しているので交換した方がよい。」と言われて、交換の契約をした。工事はこれからだが、名乗った社名が契約している電力会社と違うので不審に思い、電力会社に問い合わせると別の業者であることが分かったため解約したい。(50歳代 女性)



センターからのアドバイス

- 4年に1回義務付けられている法定点検だと思って点検に応じてしまうケースが見られます。法定点検の日時は書面でお知らせがあります。
- 突然、電話をしてきたり訪問してきた業者には、安易に点検させないようにしましょう。
- 無資格者が工事を行った場合、設備の不具合や故障、火災などの恐れがあるので注意しましょう。
- 不審に思った時点で訪問、点検や工事は中止し、もし工事をしてしまったとしてもその場で現金を支払わず、センターへご相談ください。
- 特定商取引法上の訪問販売に該当する場合は、契約書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフ※ができます。

※訪問販売や電話勧誘販売など不意打ち性のある勧誘で契約した際に、冷静に考え直す時間を与え、一定の期間内であれば無条件で申込の撤回や契約の解除ができる制度

事例2 賃貸住宅のトラブル

賃貸住宅を退去後、管理会社から原状回復費としてハウスクリーニング費を請求された。契約書に「借主がクリーニング代を負担する」という特約があるが、金額は明記されておらず支払いたくない。(40歳代 男性)



センターからのアドバイス

- 賃貸住宅で退去時のトラブルを防ぐには、契約時からの対策が重要です。
 - ・契約前に契約書をよく読み、内容をしっかり理解しましょう。
 - ・入居時に住宅の状況を確認し、写真を撮るなど記録しておきましょう。
- 国土交通省が「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を定めていますので、賃貸物件の退去時に請求された費用に納得がいけない場合には、交渉の参考にしましょう。

事例3 不審な電話

家の固定電話に行政機関を名乗る電話が入り、「2時間後に電話サービスが停止します。説明を聞きたい方は2番を押してください。」とアナウンスが流れた。2番を押すとオペレーターにつながり、名前や住所を聞かれ、一方的に電話は切られた。(80歳代 男性)



センターからのアドバイス

- 尋ねる目的が不明な場合は、名前や住所を伝えないようにしましょう。
- できれば電話は留守電にしておき、発信者番号も表示されるようにしておくといいでしょ。相手が確かな場合のみ応答することをお勧めします。

事例4 不審な請求

銀行口座に毎月同額の覚えのないカードの引き落としがある。カードはだいぶ前に破棄し、番号も不明だ。カード会社に電話をかけたが、音声ガイダンスが流れるだけでオペレーターにつながらない。(80歳代 男性)



センターからのアドバイス

- カードの利用明細は毎月きちんと確認しましょう。
- カードを解約しても、それ以前に契約した支払いは継続していますので、ご注意ください。
- 実在する会社や機関を装って、個人情報をはじめとするクレジットカード情報を入力させ、盗み取る手口が増えています。自分が過去に持っていたカード会社などの場合は、メールに記載されているリンクにはアクセスせず、公式のホームページやアプリからアクセスしましょう。
- フィッシングサイトに情報を入力してしまったら、すぐにパスワードを変更したり、クレジットカード会社や金融機関などに連絡するなどの対策を取りましょう。

裏面あり



GREEN × EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月～9月 横浜・上瀬谷



消費生活相談概要（資料編）

令和6(2024)年度(令和6年4月1日～令和7年3月31日)

※注意:各表における区分ごとの割合(%)は、小数点第2位で四捨五入しており、合計は100%にならない場合があります。

(表1)相談受付件数

単位:件、(%)

区分	令和6年度	令和5年度	増▲減【対前年度増減率】
苦情相談	15,880 (95.4)	14,351 (95.6)	1,529 【 10.7 】
問合わせ	758 (4.6)	653 (4.4)	105 【 16.1 】
計	16,638 (100.0)	15,004 (100.0)	1,634 【 10.9 】

(表2)契約当事者年代別件数

単位:件、(%)

区分	令和6年度	令和5年度	増減	増減率
17歳以下	192	190	2	1.1%
18～29歳	1,883	1,832	51	2.8%
30歳代	1,617	1,457	160	11.0%
40歳代	1,804	1,769	35	2.0%
50歳代	2,691	2,572	119	4.6%
60歳代	2,272	2,034	238	11.7%
70歳代	2,322	2,017	305	15.1%
80歳以上	2,116	1,657	459	27.7%
不明	1,741	1,476	265	18.0%
合計	16,638	15,004	1,634	10.9%

(表3)販売購入形態別件数

単位:件、(%)

区分	令和6年度	令和5年度	増減	増減率
通信販売	5,758	5,328	430	8.1%
店舗購入	3,075	2,991	84	2.8%
訪問販売	2,574	2,238	336	15.0%
電話勧誘販売	743	685	58	8.5%
訪問購入	121	169	▲48	▲28.4%
その他無店舗	92	76	16	21.1%
ネガティブオプション	30	45	▲15	▲33.3%
マルチ・マルチまがい	47	40	7	17.5%
不明	4,198	3,432	766	22.3%
合計	16,638	15,004	1,634	10.9%

ネガティブオプション…注文していない商品を、勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する商法

(表4)相談の上位10品目 商品・役務別件数

単位:件、(%)

順位	商品・役務名	令和6年度	令和5年度	増▲減【対前年度増減率】
1	商品一般	1,317 (7.9)	① 1,079 (7.2)	238 【 22.1 】
2	役務その他サービス	919 (5.5)	⑤ 668 (4.5)	251 【 37.6 】
3	不動産貸借	844 (5.1)	④ 739 (4.9)	105 【 14.2 】
4	工事・建築	841 (5.1)	③ 803 (5.4)	38 【 4.7 】
5	化粧品	672 (4.0)	② 879 (5.9)	▲207 【 ▲23.5 】
6	健康食品	571 (3.4)	⑦ 408 (2.7)	163 【 40.0 】
7	修理サービス	452 (2.7)	⑥ 429 (2.9)	23 【 5.4 】
8	医療サービス	332 (2.0)	⑩ 311 (2.1)	21 【 6.8 】
9	インターネット接続回線	321 (1.9)	⑨ 312 (2.1)	9 【 2.9 】
10	携帯サービス	280 (1.7)	⑪ 284 (1.9)	▲4 【 ▲1.4 】
	その他	10,089 (60.6)	9,092 (60.6)	997 【 11.0 】
	計	16,638 (100.0)	15,004 (100.0)	1,634 【 10.9 】

※1 令和5年度の○数字は、令和5年度の順位

(表5)年代別上位5品目 商品・役務別件数

単位:件

順位	17歳以下	18歳～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	インターネットゲーム 79	不動産貸借 165	不動産貸借 181	不動産貸借 146	商品一般 198	商品一般 194	商品一般 223	工事・建築 244
2	化粧品 13	医療サービス 120	商品一般 80	商品一般 97	役務その他サービス 139	化粧品 156	役務その他サービス 169	商品一般 155
3	健康食品 9	役務その他サービス 118	医療サービス 64	化粧品 71	化粧品 129	役務その他サービス 133	工事・建築 157	役務その他サービス 155
4	アダルト情報 7	エステサービス 103	役務その他サービス 64	工事・建築 64	不動産貸借 125	工事・建築 125	化粧品 149	給湯システム 96
5	商品一般 6	商品一般 71	修理サービス 58	修理サービス 60	健康食品 121	健康食品 121	健康食品 114	健康食品 94

【国民生活センターの商品・役務別分類】

商品一般…商品の特定ができない相談や、身に覚えのない架空請求等に関するもの

化粧品…基礎化粧品、化粧石鹸、菌みがき粉、マニキュア、脱毛剤等に関するもの

不動産貸借…賃貸住宅退去時の修繕費等に関するもの

工事・建築…屋根工事・増改築工事・衛生設備工事等に関するもの

役務その他サービス…サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保険・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」等のサービスに該当しない役務に関するもの



GREEN×EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月～9月 横浜・上瀬谷



横浜市の消費者教育推進において、社会情勢の変化等を踏まえ、これまでの取り組みに加えて新たに必要になる視点や、引き続き取り組むべき事項、拡充することが望ましい取組等を、令和7年度の重点取組事項として次のとおり定めます。

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

成年年齢の引き下げやスマートフォンの普及に伴い、若年層にとっても契約行為は身近なものとなっています。若者が十分な社会経験や知識のないまま被害に遭ったり、あるいは加害者となってしまうことがないように、より早期の年代からの消費者教育の実施や、教員・保護者等の周囲の方々を対象とした啓発の実施など、若年者の被害防止に引き続き取り組めます。

【取組の例】

- 様々な媒体・機会を活用した、若年層の消費者被害に関する周知・啓発
- 学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

2. 多様な分野が一体となった消費者教育・啓発等の取組

地域で活動する消費生活推進員や福祉関係者、防犯・防災等の所管部署や、事業者等と連携した消費者教育・啓発等の取組により、多様化する消費者被害の未然防止に向けた取組を進めます。

加えて、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発などを通して、持続可能な社会の形成に向けた取組も進めます。

【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での活動・連携の促進
- 悪質商法防止のための啓発や相談窓口の周知
- エシカル消費等の環境に配慮した消費行動に関する啓発

3. デジタル社会の進展に伴う消費者トラブル防止に向けた取組

スマートフォンの普及などデジタル化の急速な進展に伴い、インターネット上の取引において消費者トラブルが多発しています。SNSの利用者の年代等に応じた注意喚起や、消費生活相談事例のタイムリーな情報提供等を行い、被害の未然防止に努めます。

また、トラブルに遭ってしまったときに気軽に相談できるよう、相談窓口の周知を行います。

【取組の例】

- SNS 広告等を活用した消費者教育・啓発の実施
- 消費生活総合センター等の相談窓口の周知

令和7年度重点取組事項に該当する主な事業【掲載事業抜粋】

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和7年度の実績及び取組予定	所管
学校向け消費者教育出前講座 No. 47	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。(申込数:15件(11月末)) テーマ:若年層が巻き込まれやすい消費生活トラブル、成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エシカル消費 等	経済局消費経済課
わくわく!こどもイベント No. 49	市役所アトリウムで開催されるわくわく!こどもイベントにブース出展し、啓発を行う。	わくわく!こどもイベント(夏・秋)へ出展し、消費生活総合センター周知、消費生活トラブル及び消費者市民社会の形成に向けたエシカル消費の啓発を行った。	経済局消費経済課
夏休みおこづかい講座 No. 50	消費者教育の一環として小学生向けのおこづかい講座を開催し、消費者教育を行う。	教育委員会主催の子どもアドベンチャーカレッジ2025において、小学生を対象に、夏休みおこづかい講座を2回開催した。参加人数:小学生 45名、保護者 41名	経済局消費経済課

2. 多様な分野が一体となった消費者教育・啓発等の取組

事業名	事業概要	令和7年度の実績及び取組予定	所管
消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費) No. 48	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費(エシカル消費)を啓発するグッズ及びポスターを制作し、区民祭りへのブース出展等を通してエシカル消費の啓発を行った。	経済局消費経済課
みんなで見守りプロジェクト No. 87	悪質商法等による消費者トラブルや詐欺被害が拡大する現状を踏まえ、消費者トラブル防止・防犯に向けた、消費者の見守り・注意喚起の取組として、横浜市・消費生活総合センター・警察・民間事業者(小売業者)・福祉部門等と連携した各種取組を実施する。	神奈川県警察と連携し、「蝶野正洋」氏を起用した悪質商法および特殊詐欺未然防止啓発ポスターを制作。市内商店街・横浜市薬剤師会・神奈川県生活協同組合連合会・イオンリテール株式会社等の協力のもと、店舗、薬局、福祉施設、学校、公共施設、公共交通機関等に幅広く掲出し、地域一体となった見守りの機運醸成・相談窓口の周知を行った。 掲出依頼枚数 約8,000枚 掲出期間:令和7年10月~令和8年3月末まで	経済局消費経済課
警察連携 No. 88	詐欺被害や悪質商法の防止に向けて防犯分野と連携のもと、各種取組により広く注意喚起・啓発を実施する。	・消費生活総合センター及び警察関係者による情報交換会を実施。 ・消費生活総合センター啓発紙「よこはまくらしナビ」に共同記事を掲載。 ・不正商品撲滅キャンペーン「ほんと?ホント!フェア in 横浜」への共同出展を実施。	経済局消費経済課 市民局地域防犯支援課 神奈川県警
地域の見守りネットワーク 担い手確保事業 No. 89	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・庁内福祉関係部署や地域ケアプラザ、民生委員、ケアマネジャー、訪問介護事業所等を対象に、高齢者の消費者被害防止に関する研修を実施するとともに、各種会議等の場で消費生活相談の傾向等の情報提供・見守りへの協力依頼を実施する。 ・市内の公共交通機関やウェブ広告等で、広く市民向けに地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。	経済局消費経済課 健康福祉局各所管課等

3. デジタル社会の進展に伴う消費者トラブル防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和7年度の実績及び取組予定	所管
悪質商法対策事業 No. 1	靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、靈感商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。	靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛け、消費生活総合センター相談窓口を周知する啓発動画を新たに作成し、各種ウェブ広告・交通広告を中心に放映する。	経済局消費経済課

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績		
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般				高齢期	
25	方向性2	鶴見区地域振興課	廃止	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバル参加	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバルにて、啓発活動を行う。	-	0千円	-	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	5千円	5月18日(土) パネル展示、啓発物品配布、子ども向けのぬりえ等による啓発活動を行う。	5月18日(土)に実施。パネル展示、啓発物品配布、子ども向けのぬりえ等による啓発活動を行った。
26	方向性2	中区地域振興課	継続	消費生活推進員活動事業(旧:エコ・食・暮らし安心風土広め隊)	暮らし(消費生活)に関する区民の関心を高め、各家庭や地域での取組みを盛り上げることで、区民自らが「未来を見据えた賢い暮らしの行動を選択」する安心風土の醸成を図ります。	①消費生活推進員の育成 ②消費生活推進員による地区活動への支援 ③消費生活推進員啓発事業への支援	860千円	○	◎	◎	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	860千円	①消費生活推進員の育成 ②消費生活推進員による地区活動への支援 ③消費生活推進員啓発事業への支援	①地区代表会議開催 9月(各団、14名) ②地区活動への啓発物品の提供、啓発教材の貸出し(適宜) ③◎暮らしのセミナー プラスチックごみ分別講座 7月3日 25人 ◎ハローよこはまへの来店(全体活動) 11月9日 40人 ◎施設見学会(エコプロ) 12月4日 20人 ◎悪質商法の啓発活動 ◎推進員の活動紹介 ◎情報誌の発行(2,000部)掲示板への掲出 ◎くらしナビの自治会町内会掲示板への掲出依頼
27	方向性2	港南区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施	12月頃実施予定	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	0千円	6月頃実施予定	実施日時:令和6年12月11日(水)14:00~15:30 参加人数:各地区代表 21名、区職員 3名 崎陽軒横浜工場を見学。普段自分たちが購入する製品がどのように製造されているか見学し、製品についての知識を学んだ。	
28	方向性2	磯子区地域振興課	継続	子ども消費生活セミナー	子どもたちを対象に、消費生活に関する問題についてセミナーを開催します。	7又は8月に区役所会議室等にて実施予定	10千円	○	◎	◎	-	-	◎	-	-	-	-	-	-	10千円	8月に磯子公会堂集會室、区役所会議室にて実施予定	日時:8月19日(月) 10:00~12:00 場所:磯子区役所7階 701・702会議室 内容:第1部ケータイ・ネット安全教室 第2部 ハンカチを玉ねぎで染めてみよう! 参加人数:32人
29	方向性2	磯子区地域振興課	継続	得トク生活フェスタ	パネル展示や実演会、地元野菜の販売等を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信します。	11月上旬、磯子区役所1F区民ホールにて実施予定	消耗品費で一括計上	-	◎	◎	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	消耗品費で一括計上	11月2日に磯子区役所1F区民ホールにて実施予定	日時:11月2日(土) 10:00~14:00 場所:磯子区役所1階 区民ホール 内容:パネル展示や実演会等 参加人数:約100人
30	方向性2	磯子区地域振興課	継続	磯子暮らしのセミナー	消費者(区民)の意識啓発を目的としたセミナーを開催します。	2月~3月上旬に実施予定	20千円	-	◎	◎	-	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	20千円	12月上旬に実施予定	日時:3月4日(火) 10:00~11:00 場所:磯子公会堂集會室 内容:今さら聞けないマイナンバーのイロハ 参加人数:25人
31	方向性2	磯子区地域振興課	継続	区版いそご消費生活だより発行	広報紙「いそご消費生活だより」を発行し、地域に向けて情報発信します。	3月に1,500部発行し、各自治会・町内会での回覧や、各施設での配架、各イベント参加者へ配布予定	160千円	-	◎	◎	-	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	160千円	2月に6,500部発行し、各自治会・町内会での回覧や、各施設での配架、各イベント参加者へ配布予定	3月に1,500部発行 区・地区活動の報告等 区役所等に配架
32	方向性2	磯子区地域振興課	継続	消費生活推進員合同会議	地域で消費生活推進活動を活発に展開できるよう、消費生活推進員を全員を対象とした講義や活動報告会を行います。	年間2回実施 第1回は7月に講師を招いて講演聴講を実施予定 第2回は2月~3月に地区活動報告会・意見交換会を実施予定	10千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	10千円	年間2回実施 第1回は8月に講師を招いて講演聴講を実施予定 第2回は2月に地区活動報告会・意見交換会を実施予定	①第1回合同会議 日時:7月2日(火) 10:00~11:00 場所:磯子区役所7階 701・702会議室 内容:プラスチックごみの出し方が変わります 参加人数:26人 ②第2回合同会議 日時:2月4日(火)10:00~11:00 場所:磯子区役所7階 701・702会議室 内容:パネル展示や実演会等 参加人数:30人
33	方向性2	磯子区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施します。	12月頃実施未定	0千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎	0千円	10月に実施予定	日時:12月10日(火) 10:00~12:00 場所:(株)ホンマ 参加人数:12人	
34	方向性2	港北区地域振興課	廃止	こうほく消費者のつどいの開催	区民を対象とした消費生活に関するイベントを開催し、消費者教育を推進する。	令和7年度は開催を見送り、令和6・7年度の港北区内の消費者被害の状況を分析し、区民のニーズおよび社会の要請のバランスを勘案したテーマで令和8年度開催に向けた準備を進める。	0千円	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0千円	令和6年度は消費生活総合センターより、前年度未実施の区を優先して行うとの連絡を受けたため、6年度の事業は中止となります。	なし	
35	方向性2	緑区地域振興課	廃止	消費者被害未然防止啓発	消費生活推進員による地域での啓発活動	-	0千円	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	820千円	・緑区民まつりや地域のイベントでブースを設けて悪質商法などの情報提供を行った。 ・高齢者のお茶飲み会などの見守り活動を通して、消費生活クイズや紙芝居、広報物等を利用して消費者被害未然防止啓発を行った。 ・公会堂にて消費生活教室を開催し、高齢者向け住まいの種類と選び方について外部講師による講演をいただくとともに、来場者へ悪質商法等に関する啓発を行った。		
36	方向性2	都筑区地域振興課	継続	ゆずりあい情報板の運営	不用になったために譲りたいものと必要とするものが記載された情報カードを掲示することで、必要としている人に必要としているものが渡るリユースの取組を行っている。	毎月1回カードの貼り換え作業を行い、リユースの取組を行う。	0千円	-	◎	◎	-	-	-	○	◎	◎	◎	◎	0千円	毎月1回カードの貼り換え作業を行い、リユースの取組を行う。	貼り替え作業:毎月1回	

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般			
37	方向性2	栄区地域振興課	継続	栄区消費生活講演会の開催	消費者(区民)を対象とし、専門家や学識経験者等を講師とした講演会を開催して、消費者の意識向上を図る。	栄区消費生活講演会の開催 日時・内容:未定	25千円	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	栄区消費生活講演会の開催 日時・内容:未定	30千円	栄区消費生活講演会の開催 令和7年3月5日(水)13時30分から15時 35名参加 講演テーマ「インターネット被害にあわないために～サイト・メール・広告に潜むワナ～」
38	方向性2	戸塚区地域振興課	廃止	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化を図るとともに、学んだ知識を地域へ還元するため、施設見学会を行う。 ※予算削減のため、廃止とした。	-	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	○	-	施設見学会(予定)	100千円	実施していない。	
39	方向性2	資源循環局3R推進課	継続	環境に配慮した行動の推進	使い捨てプラスチックの削減に向けた取組として、小売店等と連携して啓発キャンペーンを実施する。	(環境月間)小売店等と連携した広報啓発の実施(393千円)	393千円	-	◎	◎	-	-	-	◎	◎	◎	①小売店等と連携した広報啓発の実施(569千円) ②場面に応じた実践行動の啓発(予算額はNo74に含めて計上)	569千円	■プラごみ削減キャンペーンの実施(6/1～6/30) ・店頭啓発(18区) ・家庭での実践講座の開催(1回 265名)	
40	方向性3	経済局消費経済課 区地域振興課 福祉保健課 局包括支援センター関係課 消費生活総合センター 地域ケアプラザ等	継続	地域ケアプラザ等との連携	区・局・センター・地域ケアプラザ等と連携し、高齢者の消費者被害防止に向けた協力の取組等の充実を図る。	・地域ケアプラザ等からの消費生活相談を受け付ける専用回線の設置やリモート相談の実施 ・地域ケアプラザ等見守り関係者への消費生活情報の提供 ・地域ケアプラザ(同時に民生委員等へも)へ高齢者・見守り関連資料を配布 ・年1回「横浜市消費生活総合センター及び地域ケアプラザ等連携会議」を開催し、現場レベルの職員間で、高齢者の消費者被害の防止に向けて情報共有・意見交換を実施。	288千円	-	◎	○	◎	-	-	-	○	○	◎	・地域ケアプラザ等からの消費生活相談を受け付ける専用回線の設置やリモート相談の実施 ・地域ケアプラザ等見守り関係者への消費生活情報の提供 ・地域ケアプラザ及び民生委員等高齢者・見守り関係者向けミニサイズパンフレットを配布(パンフレット3,000部) ・ケアプラザ職員との情報・意見交換及び地域ケア会議等への参加(16回)	288千円	
41	方向性3	消費生活総合センター	継続	資料展示事業	市民向けの消費者教育関係図書・資料・DVD、展示パネルなど消費生活に関する資料等を充実させ、展示・閲覧・貸出	・情報資料展示室の運営(平日9時から19時、土曜日9時～17時) ・年3～4回図書・ビデオ・DVD等の購入	339千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・情報資料展示室の運営(平日9時から19時、土曜日9時～17時) ・年3～4回図書・ビデオ・DVD等の購入(図書等貸出186件)	356千円		
42	方向性3	消費生活総合センター	継続	高齢者利用施設への講師派遣	高齢者施設運営者が開催する悪質商法に関する講座へ講師を派遣	高齢者利用施設(地域ケアプラザ等)への講師派遣	No15出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	高齢者利用施設(地域ケアプラザ等)への講師派遣	No18出前講座(地域団体等)で一括で計上	高齢者利用施設(地域ケアプラザ等)への講師派遣
43	方向性3	消費生活総合センター	継続	啓発資料等作成事業(高齢者向け)	高齢者向けリーフレットを作成し、配布	高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、出前講座等を通じて配布	146千円	-	◎	◎	-	-	-	-	○	○	◎	・高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、出前講座等を通じて配布	124千円	高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、市内病院や出前講座等を通じて配布 ・契約のきりふだ 10,000部 ・関東甲信越ブロック「高齢者悪質商法被害防止共同キャンペーン」リーフレット 10,000部
44	方向性3	消費生活総合センター ・地区社会福祉協議会	継続	地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	きめ細かい高齢者啓発を目指し、日常的に地域で高齢者と接している各区(地区)社会福祉協議会あてに「悪質商法に注意しよう!」何かあつたらセンターに相談しよう!の2点を呼びかける啓発物を配布し、注意喚起	引き続き対応(No. 37「高齢者利用施設への講師派遣」の事業のひとつ)	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	○	○	◎	引き続き対応(No. 37「高齢者利用施設への講師派遣」の事業のひとつ)	0千円	実施なし
45	方向性3	南区地域振興課	継続	消費生活推進員による地域での出前講座の実施。	消費生活推進員が地域に出向き、消費者被害等についてわかりやすく紹介する。	地域の老人会や茶話会に出向き、寸劇や紙芝居などを用いて、消費者被害等についてわかりやすく紹介する出前講座を実施する。	92千円	-	◎	◎	-	-	-	○	◎	◎	地域の老人会や茶話会に出向き、寸劇や紙芝居などを用いて、消費者被害等についてわかりやすく紹介する出前講座を実施する。	245千円	地域の老人会や茶話会に出向き、寸劇や紙芝居などを用いて、消費者被害等についてわかりやすく紹介する出前講座を実施した。	
46	方向性3	港南区地域振興課	継続	地区活動助成金の交付	地区活動を効果的な実施を推進するため、助成金を交付	1地区上限30,000円×15地区	450千円	-	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎	1地区上限30,000円×15地区	450千円	30,000円×13地区、16,546円×1地区(1地区推進員なし)
47	方向性3	港北区地域振興課	廃止	港北図書館でのパネル展示及び消費者教育関連書籍の展示	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル及び、消費者教育関連書籍を展示。	-	0千円	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル展示及び関連チラシを配架。	0千円	なし
48	方向性3	戸塚区地域振興課	継続	地区活動助成金等の交付	消費生活推進活動の効果的な実施を推進するため、助成金を交付。	地区活動助成金(16地区) 16地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の会助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行等に活用。	940千円	-	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎	地区活動助成金(18地区) 18地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の会助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行、食品ロス削減レシピの作成に活用。	940千円	地区活動助成金(4816地区) 4816地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の会助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行等、食品ロス削減レシピの作成に活用。
49	方向性4	経済局消費経済課	継続	学校向け消費者教育出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校等へ派遣する。 テーマ:若年層が巻き込まれやすい消費生活トラブル、成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エンカ消費 等	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 テーマ:若年層が巻き込まれやすい消費生活トラブル、成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エンカ消費 等	1,050千円	◎	○	○	-	-	◎	◎	-	-	-	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 テーマ:成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エンカ消費 等	850千円	弁護士・ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費教育に係る出前講座を実施(開催回数14回、参加人数170人)

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績	
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般				高齢期
50	方向性4	経済局消費経済課	継続	消費者市民社会啓発事業(エシカル消費)	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	・消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費(エシカル消費)を啓発するグッズ及びポスターを制作し、エシカル消費を広報する。	1,000千円	◎	◎	◎	-	-	◎	-	-	◎	◎	◎	・金沢区と港北区の区民祭りに啓発ブースを出展。(参加人数:金沢区400人、港北区500人) ・市内小中学校及び放課後児童健全育成事業所等を対象としてエシカル消費をテーマとした出前講座を実施(開催回数3回、参加人数170人)	852千円	
51	方向性4	経済局消費経済課	新規	わくわく!こどもイベント出展	市役所アトリウムで開催されるわくわく!こどもイベントにブース出展し、啓発を行う。	わくわく!こどもイベント(夏・秋)へ出展し、消費生活総合センター周知、消費生活トラブル及び消費者市民社会の形成に向けた啓発を行う。	0千円	-	-	◎	-	◎	○	○	○	◎	○				
52	方向性4	経済局消費経済課	新規	夏休みおこづかい講座	消費者教育の一環として小学生向けのおこづかい講座を開催し、消費者教育を行う。	教育委員会主催の子どもアドベンチャーカレッジ2025において、小学生高学年を対象に、夏休みおこづかい講座を開催する。	80千円	○	○	◎	-	-	◎	-	-	◎	-				
53	方向性4	消費生活総合センター	廃止	消費者教育講演会	消費者市民社会の形成に向けて、消費者教育講演会を実施	-	0千円	◎	◎	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	年1回 港南区共催	584千円	年1回 港南区共催
54	方向性4	消費生活総合センター	継続	各種媒体広告掲載(地域の担い手養成)	福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。	・福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。 ・横浜市老人クラブ連合会発行の「かがやきだより横浜」に広告掲載。 ・横浜市社会福祉協議会発行「福祉よこはま」に広告掲載。	601千円	◎	◎	○	-	-	-	◎	◎	◎	◎	・福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。 ・横浜市老人クラブ連合会発行の「かがやきだより横浜」に広告掲載(2回、各120,000部) ・横浜市社会福祉協議会発行「福祉よこはま」に広告掲載(2回、各50,000部)	461千円		
55	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(大学等)	大学が開催する学生向けガイダンスなどへ講師を派遣し、若者を狙った悪質商法等について講演	大学が開催する学生ガイダンスなどへの講師派遣	No15出前講座(地域団体等)で一括で計上	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	-	-	大学が開催する学生ガイダンスなどへの講師派遣	No18出前講座(地域団体等)で一括で計上	派遣なし
56	方向性4	消費生活総合センター	継続	高校生(または教員)向け講師派遣事業	市内高校の生徒(または教員向け)啓発講座を実施する。	成年年齢引下げに伴い、消費者被害に遭わないよう注意喚起するための講座を実施(市立東高校プレミアムプログラム参加)	No54大学等との連携で一括で計上	◎	-	-	-	-	-	◎	-	◎	◎	-	成年年齢引下げに伴い、消費者被害に遭わないよう注意喚起するための講座を実施(市立東高校プレミアムプログラム参加)	No60大学等との連携で一括で計上	消費者力を高めて消費生活トラブルの防止を図るとともに、消費者市民社会の構築を目指した取組を紹介(市立東高校PP)
57	方向性4	消費生活総合センター	継続	小中学校向け消費者トラブル事例情報提供事業	子供たちの消費者トラブルを未然に防止するため、教職員を通じて子供たちに実際に起こっている事例等を学校に紹介し、注意喚起等の活用を促進	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)	0千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	◎	◎	-	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)	0千円	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)
58	方向性4	消費生活総合センター 共催区役所 消費者団体等	継続	消費生活教室(区と共催)	消費生活上の安全・安心の確保、消費者市民社会の形成などに関する、確かな情報と知識を学ぶ教室の区との連携・共催による開催	区との共催で地域に出向き9回実施予定	351千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	区との共催で地域に出向き6回実施予定	231千円	区との共催で地域に出向き6回実施
59	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(企業等)	企業等へ講師を派遣(有料)	企業等が実施する新入社員研修等への講師派遣(有料)	No16出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	-	-	◎	-	-	-	-	◎	◎	-	企業等が実施する新入社員研修等への講師派遣(有料)	No18出前講座(地域団体等)で一括で計上	企業等が実施する新入社員研修等への講師派遣(有料)
60	方向性4	(公財)横浜市消費者協会 消費生活総合センター	継続	大学等との連携	市内大学や専門学校との連携により、効果的な若者向け消費者啓発・教育を実施。(教職員含む)	・市内の大学等との連携により、若者目線と感性を活かした効果的な若者向け消費者啓発物を作成し、学生や教職員等へ配布 ・市内の大学等との連携により、子どもや若者など多世代に向けて効果的な消費者啓発を実施	92千円	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	○	-	・市内の大学等との連携により、若者目線と感性を活かした効果的な若者向け消費者啓発物を作成し、学生や教職員等へ配布 ・市内の大学等との連携により、子どもや若者など多世代に向けて効果的な消費者啓発を実施	92千円	学校法人岩崎学園との連携事業として、令和6年11月9日(土)野毛山動物園に於いて、消費生活・計量啓発イベントを開催。岩崎学園の生徒がデザインした告知ポスター・フライヤーを事前に配付。イベント当日は、会場内にて開催ツールを掲示・配布。また消費生活に関わるレクリエーションやワークショップも実施。	
61	方向性4	鶴見区地域振興課	廃止	暮らしのヒント展	パネル展示や講演を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信する。	-	0千円	-	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	6月27日(木)、28日(金)に開催。	125千円	6月27日(木)、28日(金)に開催。パネル展示や講演を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信した。	
62	方向性4	神奈川区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和7年12月5日(金) 14:00~16:00 会場:神奈川区役所本館5階大会議室 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	日時:令和6年12月6日(金) 14:00~16:00 会場:神奈川区役所本館5階大会議室 テーマ:インターネット被害にあわないために 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	日時:令和6年12月6日(金) 14:00~16:00 会場:神奈川区役所本館5階大会議室 テーマ:インターネット被害にあわないために 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績	
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般				高齢期
63	方向性4	港南区地域振興課	継続	消費生活教室 ※令和6年度は「消費者教育講演会」を実施	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和7年9月予定 会場:港南公会堂 参加費:無料 定員:200名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	日時:令和6年1月予定 会場:港南公会堂 参加費:無料 定員:200名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	実施日時:令和7年1月30日(木)13:30~15:30 参加人数:502名 令和6年度消費者教育講演会として「人生100年時代の消費者トラブル対策」を横浜市消費生活総合センターと共催で実施。	
64	方向性4	保土ヶ谷区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	(実施予定) 日時:令和8年1月予定 会場:保土ヶ谷公会堂1号会議室 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	101千円	-	◎	◎	○	-	-	-	◎	◎	◎	(実施予定) 日時:令和6年8月22日(木)13:30~15:30 会場:保土ヶ谷公会堂1号会議室 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	101千円	日時:令和6年8月22日(木)13:30~15:30 会場:保土ヶ谷公会堂1号会議室 参加費:無料 参加人数:48名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	
65	方向性4	旭区地域振興課	継続	旭区消費者大学事業	学識経験者や専門家などを講師に招き、区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施。	一般区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施(9月実施予定)	0千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	一般区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施(7月・11月予定)	119千円	『消費者トラブルから身を守るために』11月開催	
66	方向性4	都筑区地域振興課	継続	消費生活教室	消費生活上につながる講演会の開催	日時:内容:未定	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	日時:内容:未定	0千円	【タイトル】身近に起こる消費生活トラブル~消費者を狙う悪質商法の手口を知る~ 【講師】 神奈川県弁護士会 弁護士 芳野 直子 【日時】令和7年2月20日(木)13:30~15:30 【会場】都筑区役所6階大会議室 【参加費】無料 【定員】180名	
67	方向性4	戸塚区政推進課	新規	環境講演会	区民の皆様を対象に、環境問題への関心や活動に取り組みきっかけづくりとして、環境問題をテーマとした講演会を実施。	・環境講演会(予定)	360千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	○	○				
68	方向性4	泉区地域振興課	継続	消費者対策研修会	多様化する悪質商法や、特殊詐欺に関する情報を学ぶため、講師による講演会を実施する。	横浜市消費生活総合センターと共催で実施予定 テーマ:インターネット被害にあわないために~サイト・SNS・広告に潜む罠~ 講師:特定非営利活動法人NPO情報セキュリティフォーラム 廣瀬 由美氏 日時:12月12日13時30分から15時30分 定員:80名	0千円	○	○	○	○	-	○	○	○	◎	◎	◎	実施予定(内容については検討中)	0千円	テーマ:消費対策講座~悪質商法に騙されないために 講師:横浜市消費生活総合センター 相談員 伊賀 佐啓 氏 日時:令和6年12月20日10時から11時まで 参加人数:4人
69	方向性4	栄区地域振興課	継続	栄区消費生活推進員の会の広報紙「さかえ消サポだより」の発行	悪質商法や各種詐欺被害の未然防止、省エネ・環境に配慮した生活などをテーマにした広報紙「さかえ消サポだより」を年2回発行し配布する。消費生活推進員の活動紹介、認知度向上を図る。	広報紙「さかえ消サポだより」を発行(10、3月 各800部) 広報紙テーマ:未定	100千円	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	広報紙「さかえ消サポだより」を発行(10、3月 各800部) 広報紙テーマ:未定	165千円	広報紙「さかえ消サポだより」を発行 10月 800部 「減らそう食品ロス」 3月 800部 「知っていますか?クーリング・オフ」 自治会町内会の掲示板上に掲出、各種イベントや出前講座等で配布。	
70	方向性4	脱炭素・GREEN×EXPO推進局脱炭素ライフスタイル推進課	継続	環境教育出前講座(脱炭素・GREEN×EXPO推進局)	生物多様性や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の皆様を対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師が出向き講座を実施する。	ココハマ・エコ・スクールの枠組みである協働パートナー(市民団体・企業等)を起用し、地域・学校を対象に温暖化対策や環境全般について学ぶ場を提供する。 出前講座を展開するとともに、講座の認知拡大・利用促進の為に、積極的な広報を図る。	960千円	◎	◎	-	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	【温暖化対策統括本部】 ココハマ・エコ・スクールの枠組みである協働パートナー(市民団体・企業等)を起用し、地域・学校を対象に温暖化対策や環境全般について学ぶ場を提供する。 出前講座を展開するとともに、講座の認知拡大・利用促進の為に、積極的な広報を図る。	960千円	出前講座に登録した25団体により、54回実施し、1861人が参加。	
71	方向性4	子ども青少年局保育・教育支援課	継続	食育推進事業(子ども青少年局)	保育所等に、食育計画の策定及び実施を推進する。 給食だよりや、市ウェブサイトで保育所等の給食メニューを紹介することにより、家庭へ食育の啓発を行う。	・保育所等における食育計画の策定及び実施の推進 給食だよりや市ウェブサイトを使った保育所等の給食メニューや旬の食材等の紹介による食育の推進	164千円	○	○	○	◎	○	-	-	-	◎	-	・保育所等における食育計画の策定及び実施の推進 給食だよりや市ウェブサイトを使った保育所等の給食メニューや旬の食材等の紹介による食育の推進	164千円	・食育研修の実施(Youtube限定配信、視聴回数3,050回、アンケート回答156人) ・毎月の給食だよりで食育コラム配信(年12回、市立保育園に在籍している園児約5,500人の保護者あてに配信)	
72	方向性4	健康福祉局健康推進課	継続	食を通じた健康づくり事業(よこはま健康アクション)	横浜市健康増進計画及び横浜市食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。	横浜市健康増進計画及び横浜市食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。 ・栄養バランスのよい食事に関するリーフレットの配付	7,656千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	横浜市健康増進計画及び横浜市食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。 ・栄養バランスのよい食事に関するリーフレットの配付	6,942千円	・栄養バランスのよい食事に関するリーフレットの配付	
73	方向性4	健康福祉局高齢健康福祉課 市・区老人クラブ連合会	継続	老人クラブ助成事業(シニア大学の開催費用の補助)	・講師を招聘し、高齢者に対し、特殊詐欺被害の防止、消費者トラブルの防止等の講演会を実施(講師として、警察署、消費生活総合センター等)	・市(区)老人クラブ連合会が各区で開催するシニア大学で講演(1回×5区) 事業費は5,450千円のうちの一部(5,450千円は、シニア大学の運営経費補助の全体の予算)	5,450千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	・市(区)老人クラブ連合会が各区で開催するシニア大学で講演(1回×6区) ※5年度は、全区で共通講座として実施、6年度は各区老人クラブ連合会の自主的な企画で実施となり、6区で予定している。 事業費は5,100千円のうちの一部(5,100千円は、シニア大学の運営経費補助の全体の予算)	5,100千円	・令和6年度シニア大学を開催し、高齢者層への悪質商法被害防止に関するものや、キャッシュレスの活用方法等の講座を実施した。	
74	方向性4	医療局食品衛生課	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その1)	食の安全について、様々な機会を通して効果的な情報発信を行う。	①横浜市食品衛生協会と協力して、各区で「食中毒予防キャンペーン」を開催し、啓発チラシや啓発グッズ等を配付 ②「食の安全ココハマWEB」や「広報よこはま」での情報提供 ③食中毒予防啓発動画の広告を行う(横浜駅・桜木町デジタルサイネージ広告)	4,047千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	①横浜市食品衛生協会と協力して、18区で「食中毒予防キャンペーン」を開催し、啓発チラシや啓発グッズ等を配付しました。 ②「食の安全ココハマWEB」やLINEでの情報提供を行いました。(2回) ③食中毒予防啓発動画の広告を行いました。 (視聴回数95,000回以上 ※集計項目の発信回数) ・YouTube広告掲出(8/1~8/31) (視聴回数95,000回以上 ※集計項目の発信回数) ・横浜駅デジタルサイネージ広告(8/26~9/1) ・桜木町デジタルサイネージ広告(8/5~9/1)	3,555千円	①横浜市食品衛生協会と協力して、18区で「食中毒予防キャンペーン」を開催し、啓発チラシや啓発グッズ等を配付しました。 ②「食の安全ココハマWEB」やLINEでの情報提供を行いました。(2回) ③食中毒予防啓発動画の広告を行いました。 (視聴回数95,000回以上 ※集計項目の発信回数) ・YouTube広告掲出(8/1~8/31) (視聴回数95,000回以上 ※集計項目の発信回数) ・横浜駅デジタルサイネージ広告(8/26~9/1) ・桜木町デジタルサイネージ広告(8/5~9/1)
75	方向性4	医療局食品衛生課	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その2)	食品衛生に関する知識の向上のため、市民や食品等事業者を対象とした講習会、シンポジウム等を開催する。	①「食の安全を考えるシンポジウム」の開催 ②市民や食品等事業者を対象とした食品衛生に関する講習会の開催	784千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	①「食の安全を考えるシンポジウム」の開催 ②市民や食品等事業者を対象とした食品衛生に関する講習会の開催	777千円	①「食の安全を考えるシンポジウム」を11/16に行いました。 (YouTube再生回数 266回 ※集計項目の発信回数)

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績
								学校等	地域	家庭	職場	学 生 期			成 人 期					
												幼児期	小・中学生期	高校生期	大学生・専門学校生等	若者	成人一般			
76	方向性4	医療局食品衛生課	継続	食品表示に関する知識の普及・啓発	食品表示について、様々な機会を通して効果的な情報発信を行う。	①食品表示啓発動画の広告を行う(YouTube広告掲出) ②「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供	1,195千円	○	○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	①食品表示啓発動画の広告を行う(YouTube広告掲出) ②「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供	1,195千円	①食品表示啓発動画の広告を行う(YouTube広告掲出) ・掲出期間:3/4~3/28 ・視聴回数:121,762回(※集計項目の発信回数(回)) ②「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供
77	方向性4	みどり環境局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開②	小学生を対象に、地産地消及び食育に関する理解を深めてもらう。	はま菜ちゃん料理コンクール実施	2,000千円	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	はま菜ちゃん料理コンクール実施	2,000千円	市内在住の小学生を対象に実施し、2,492名の児童から2,509点の作品応募。 入賞6作品のほか、周年事業と連携した西区長賞1作品、都筑区長賞1作品、青葉区長賞等6作品を選出。
78	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境教育出前講座(資源循環局)	資源の循環等について、市内の小・中学校や地域に、職員等が出向き出前講座を実施する。	未就学児から社会人まで様々な世代を対象にした出前講座の実施	0千円	◎	◎	○	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	未就学児から社会人まで様々な世代を対象にした出前講座の実施	0千円	出前教室 217回 自治会・町内会等を対象とした住民説明会 611回
79	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。取組方針を設定し、PRを行う。地域との連携を強化する。	①3R夢学習副読本の作成・配付(1,944千円) ②令和7年度ヨコハマ3Rポスターコンクールの実施(969千円)	2,913千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	-	-	①3R夢学習副読本の作成・配付(1,944千円) ②小・中学生対象ポスターコンクールの実施(1,109千円)	3,053千円	①環境学習副読本 34,000部作成、市内373校へ配付 ②ポスターコンクール開催実績 ・応募作品数/学校数 1,663作品/88校 ・入賞作品数:95作品 ・表彰式の開催:令和7年1月19日 ・作品展示(市庁舎1階、京急百貨店10階等) ・その他活用事例 収集車への貼付
80	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	ごみ・環境情報の積極的な提供	市民・事業者へのわかりやすい情報提供を推進する。 様々な機会や媒体を活用した効果的な広報・啓発活動を行う。 事務所・工場等の啓発機能の充実・強化を図る。 地域特性や対象者(若者、外国人、高齢者等)に合わせた啓発を推進する。	プロスポーツと連携したポスター・チラシの製作・交通広告掲出(1,133千円)	1,133千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	①市民向け事業紹介パンフレット「きれいなまちに」作成・印刷(605千円) ②交通広告を活用した広報(549千円)	1,154千円	市内スポーツチームと連携した啓発ポスターの掲出を実施 ・横浜DeNAベイスターズ 令和6年6月3日~9日 ・横浜F・マリノス 令和6年10月9日~15日
81	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その1)	食品ロスを削減するため、手つかず食品の現状や調理・保存方法などについて、広報媒体やツールを活用した広報やイベント等における啓発の実施	・国際機関や事業者等との連携 国際機関等と連携した食について考えるイベントの開催 ・食の問題を考えるきっかけづくり フードバンク団体や社会福祉協議会と連携したフードドライブ活動支援(18区44箇所)	15,495千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・国際機関等と連携した 国際機関等と連携した食について考えるイベントの開催 ・食の問題を考えるきっかけづくり フードバンク団体や社会福祉協議会と連携したフードドライブ活動支援(18区44箇所)	15,995千円	・国際機関等と連携した ①参加者交流型イベントの開催(1回 参加者30人) ②ワークショップの実施(2回 参加者37人) ・食品ロス削減に取り組んでいる事業者や団体による活動紹介 ・食品ロス削減月間)に合わせた集中的な広報啓発 ・フードドライブ活動の支援(18区44箇所) ・土壌混合法等講習会の開催(308回※12月末時点)
82	方向性4	資源循環局事業系廃棄物対策課	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その2)	食品ロスの発生抑制や削減の取組を実施して頂ける市内飲食店等を登録する食べきり協力店を拡大するとともに、様々な機会を活用して消費者へPRし、意識の向上を実施	・本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施します。 ・地下鉄、バスの中吊り広告を行います。 ・協力店用ポスター印刷 ・専用ホームページにて、利用者(消費者)へ「食べきり協力店」の情報を発信しています。	1,181千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施しました。 ・地下鉄、バスの中吊り広告を行いました。 ・協力店用ポスター印刷 ・専用ホームページにて、利用者(消費者)へ「食べきり協力店」の情報を発信しています。	1,181千円	・本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施しました。 ・地下鉄、バスの中吊り広告を行いました。 ・協力店用ポスター印刷 ・専用ホームページにて、利用者(消費者)へ「食べきり協力店」の情報を発信しました。
83	方向性4	資源循環局施設課・処分地管理課	継続	地域に密着した情報発信等	身近な場所での情報提供の充実を図る。 情報発信・環境学習の拠点として事務所・工場機能等の充実・強化を図る。	①主に小学校や町内会を対象とした工場見学会の実施及び工場イベントの開催 ②主に処分場近隣小学校の4年生を対象とした最終処分場見学会の実施	① 755千円 ② 390千円	◎	○	◎	-	○	◎	○	○	○	○	①主に小学校や町内会を対象とした工場見学会の実施及び工場イベントの開催 ②主に処分場近隣小学校の4年生を対象とした最終処分場見学会の実施	① 839千円 ② 390千円	工場見学会、最終処分場見学会を実施
84	方向性4	資源循環局街の美化推進課	継続	環境事業推進委員による啓発活動	3R活動を中心とした環境行動の実践・啓発活動	・買い物などの際に、マイバッグやマイボトルの利用などにより、不用品容器包装の利用を控えるライフスタイルの定着に向けた地域住民への啓発・働きかけの実施	17,346千円の一部	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	・燃やすごみに含まれるプラスチックごみ削減に重点を置いた分別排出の実践・啓発活動を行う。 ・マイバッグ・マイボトル使用の呼びかけや、区民まつり等のイベントにおいて、リユース食器を使用するなど、ごみそのものを発生させない、リデュースの取組を行う。 ・生ごみの減量に向けた取組として、土壌混合法や生ごみの水切り啓発を行う。 ・集積場所の改善や、早朝啓発を行う。	18,994千円	・買い物などの際に、マイバッグやマイボトルの利用などにより、不用品容器包装の利用を控えるライフスタイルの定着に向けた地域住民への啓発・働きかけの実施
85	方向性4	都市整備局都市交通課	継続	モビリティマネジメント出前講座	「環境」、「福祉」、「キャリア」の3つの観点からモビリティマネジメント(過度にマイカーに頼る生活から、公共交通などを適度に利用する生活への転換を促す取組)を推進する。	市内全小学校を対象に講座を周知し、申込のあった学校を中心に実施。	0千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	-	-	市内全小学校を対象に講座を周知し、申込のあった小学校に出前講座を実施(13校14学年、合計生徒数1,108名)。	0千円	
86	方向性4	水道局サービス推進課	継続	出前水道教室	水道事業への理解を深めていただくことを目的に、市内の小中学校に水道局職員が出向き出前教室を実施します。	令和6年に引き続き、職員が小学校に出向く学習プログラムに加え、YouTubeにアップロードした動画も併用しながら実施します。	467千円	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	職員が小学校に出向く学習プログラムに加え、YouTubeにアップロードした動画も併用しながら実施します。	180千円	1 出前水道教室 実施回数 172回 参加者数 15,038人 2 市立小学校4年生へのパンフレット配布部数 32,800部 3 YouTube掲載動画再生回数 66,155回(令和7年3月31日現在)
87	方向性4	教育委員会事務局健康教育・食育課 みどり環境局農業振興課	継続	食育推進計画に基づく市立学校での食育	市内産野菜の小学校給食での活用など、市立学校における食育計画を作成し推進する。	①市内産農産物の一斉供給 ②教えて食育Web版の掲載 ③横浜F・マリノスによる食育教室	1,242千円	◎	-	-	-	-	◎	◎	-	-	-	①市内産農産物の一斉供給 ②教えて食育Web版の掲載 ③横浜F・マリノスによる食育教室	1,242千円	①市内産農産物の一斉供給 ②教えて食育Web版の掲載 ③横浜F・マリノスによる食育教室

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和7年度取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						【参考】令和6年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和6年度予算額	令和6年度実績	
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般				高齢期
88	方向性5	経済局消費経済課(公財)横浜市消費者協会 市内大学	継続	消費者行政インターンシップ	学生が大学で修得した学問と現場での実践との融合、応用についての理解を深め、学習効果の向上を図るとともに、消費者行政に対する理解を深めることを目的に、大学と協定を締結し、インターン生を受け入れる。	・消費者法を専攻している学生を受け入れる。 ・経済局で本市消費者行政全般にかかる概要の説明や啓発事業、教材開発などの企画の実習を行う。 ・(公財)横浜市消費者協会で協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行う。	0千円	◎	○	○	○	-	-	-	◎	◎	-	-	・消費者法を専攻している学生を受け入れる。 ・経済局で本市消費者行政全般にかかる概要の説明や啓発事業、教材開発などの企画の実習を行う。 ・(公財)横浜市消費者協会で協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行う。	0千円	明治学院大生2名受け入れ 消費経済課1日、消費生活総合センター1日の計2日間実施
89	方向性5	経済局消費経済課	新規	みんなで見守りプロジェクト	悪質商法等による消費者トラブルや詐欺被害が拡大する現状を踏まえ、消費者トラブル防止・防犯に向けた、消費者の見守り・注意喚起の取組として ・横浜市・消費生活総合センター ・警察 ・民間事業者(小売業者) ・福祉部門 等と連携した各種取組を実施する。	(案) 警察・消費生活総合センター連名で注意喚起ポスター等を作成し、市民が日常的に訪れるスーパー、商店街、市内施設、地域ケアプラザ等へ掲示、消費者被害等の防止に向けて、地域一体となった見守りの機運醸成・相談窓口の周知を行う。	1,144千円	-	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎				
90	方向性5	経済局消費経済課 市民局地域防犯支援課 神奈川県警	新規	警察連携	詐欺被害や悪質商法の防止に向けて防犯分野と連携のもと、各種取組により広く注意喚起・啓発を実施する。	(取組案) ・消費生活総合センター及び警察関係者による定期的な情報交換会の実施 ・各警察署と連携した物品配布等の実施 ・啓発紙等への共同記事掲載 ・各種イベントへの共同出展	0千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎				
91	方向性5	経済局消費経済課 健康福祉局各所管課等	継続	地域の見守りネットワーク担い手確保事業	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。 ・市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。 ・市内福祉部門と連携し、福祉分野の各種会議や研修の場で、区の福祉関係職員、民生委員、訪問介護事業所等へ、消費者被害の防止に向けた情報提供・協力依頼等を実施。	2,771千円	-	◎	-	◎	-	-	-	◎	◎	◎	・市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。 ・市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。	2,771千円	・市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施 ・市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映	
92	方向性5	消費生活総合センター	継続	簡易テスト実習	商品テスト・実習室の機器を活用して、消費生活の中で身近な商品等への関心と知識を深める実習の開催	テスト室を活用して簡単な実験と座学を学び、日常生活に活かしてもらおう。10名程度の参加を予定	81千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	テスト室を活用して簡単な実験と座学を学び、日常生活に活かしてもらおう。10名の参加を予定	81千円	テスト室を活用して日常生活に活かしてもらおう簡単な実験と座学講座を開催	
93	方向性5	港南区地域振興課	継続	協働による地域づくり推進協議会	消費生活推進員を含む各委員の代表や、地域活動者が集まり、より良い地域づくりに向け、連携、協力を進める場として開催。	・年1回開催予定 ・所属団体: 港南区連合町内会長連絡協議会、港南区社会福祉協議会、港南区民生委員児童委員協議会ほか計14団体	65千円	-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	・年間4～5回開催予定 ・所属団体: 港南区連合町内会長連絡協議会、港南区社会福祉協議会、港南区民生委員児童委員協議会ほか計14団体	0千円	実施日時: 令和6年12月18日(水)15:30～17:00 参加人数: 各団体代表 26名、区職員 14名 能登半島地震の被災体験の動画を視聴した後、4グループに分かれ、動画を見ての感想や、発災時に備えて地域でできること等について、意見交換をした。	
94	方向性5	脱炭素・GREEN×EXPO 推進局脱炭素ライフスタイル推進課	継続	温暖化対策に関する教育・啓発	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)『横浜で地球を学ぼう』をキャッチフレーズに、市民団体、事業者、大学、行政等が実施する温暖化対策やエコなライフスタイルなど環境に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市民参加型プロジェクトを展開する。	・ヨコハマ・エコ・スクール(YES)地域で脱炭素化の活動をするYES協働パートナー(市民団体、企業が登録)と連携し、出前講座やイベント等の地域主体の普及啓発活動を展開することで、市民の行動変容を促していく。	2,250千円	◎	◎	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	①ヨコハマ・エコ・スクール(YES) ヨコハマ・エコ・スクール(YES)に登録する協働パートナー(市民団体・企業等)を中核として、地域への積極的な啓発活動を展開し、啓発の担い手と地域の関係を構築していく。	2,510千円	YES協働パートナーに登録した59団体により、講座、イベント、ワークショップなどを延べ749回実施し、28649人が参加しました。	
95	方向性5	みどり環境局環境活動事業課	継続	環境教育出前講座(みどり環境局)	生物多様性の損失や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の福祉センターを対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	学校・地域を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	1,980千円	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	学校・地域を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	720千円	・通年実施 ・登録講座数 49講座	
96	方向性5	みどり環境局環境活動事業課	継続	エシカル消費普及啓発キャンペーン	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	企業との協働により市民参加型のSNS(X(旧Twitter))キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかける。	1,200千円	-	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	企業との協働により市民参加型のSNS(X(旧Twitter))キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかける。	1,200千円	・令和6年12月26日～令和7年1月24日開催 ・商品協賛企業 9者	
97	方向性5	みどり環境局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開①	農家や地産地消に取り組む市民や飲食店等への支援を行う。	①はまふんどコンシェルジュの育成講座 ②はまふんどコンシェルジュの活動支援 ③地産地消活動の発表と情報交換の場の設定(食と農のフォーラムなど)	4,490千円	-	◎	-	◎	-	-	-	◎	◎	◎	①はまふんどコンシェルジュの育成講座 ②はまふんどコンシェルジュの活動支援 ③地産地消活動の発表と情報交換の場の設定(食と農のフォーラムなど)	4,490千円	①はまふんどコンシェルジュの育成講座で23名の修了生を輩出し、地産地消を推進する人材を育成した。 ②はまふんどコンシェルジュ活動支援を全37回実施し、地産地消を推進した。 ③令和6年8月23日(金)に、食と農のフォーラム「横浜農場×食育～食や農を通じた子どもの学び～」を実施し、新しい「農」の可能性・方向性について検討した。	

令和7年度第14回ヨコハマ e アンケート 消費生活に関するアンケート

実施期間 令和7年10月10日（金）から10月20日（月）

事業所管課 経済局 消費経済課

回答者数 1,346人（回答率：26.7%）

【参考】eアンケートメンバー数 5,050人（10月10日時点）

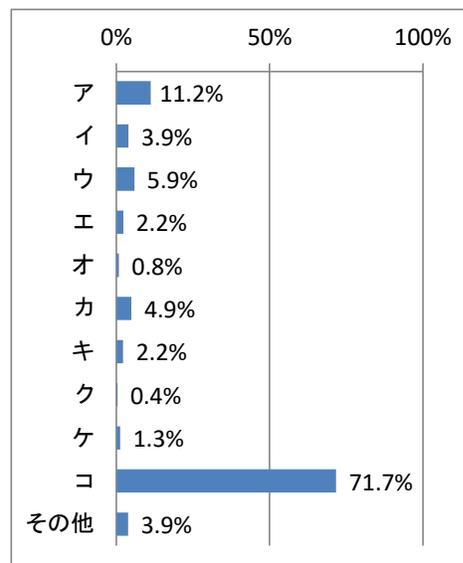
年代別、横浜市内在住・在勤・在学別の回答者構成比

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
横浜市内在住	1 (0.1%)	14 (1.0%)	75 (5.6%)	166 (12.4%)	378 (28.1%)	402 (29.9%)	302 (22.4%)	1,338 (99.5%)
横浜市内在勤	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.1%)	3 (0.2%)	2 (0.1%)	0 (0.0%)	7 (0.4%)
横浜市内在学	0 (0.0%)	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
計	1 (0.1%)	15 (1.1%)	75 (5.6%)	168 (12.5%)	381 (28.3%)	404 (30.0%)	302 (22.4%)	1,346 (100.0%)

Q1 ここ1～2年の間に、商品の購入やサービスの利用にあたり、次のような被害・トラブルにあった、又はあいそようになったことはありますか。
※「コ 被害・トラブルにあったことはない」を選択された方は、この設問の他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,346

ア	商品やサービスの実際の内容が表示や広告と違っていた	(Q2へ)	11.2%	151
イ	「特別価格」や「期間限定価格」など価格の表示や広告にウソがあった	(Q2へ)	3.9%	53
ウ	執拗な勧誘をされた	(Q2へ)	5.9%	79
エ	虚偽の説明をされた	(Q2へ)	2.2%	30
オ	脅されたり契約をせかされたりした	(Q2へ)	0.8%	11
カ	身に覚えのない料金を請求された	(Q2へ)	4.9%	66
キ	不当な料金を請求された	(Q2へ)	2.2%	29
ク	商品やサービスが原因でけがをしたり病気になったりした	(Q2へ)	0.4%	5
ケ	解約ができなかったり高額な解約料を請求されたりした	(Q2へ)	1.3%	17
コ	被害・トラブルにあったことはない	(Q5へ)	71.7%	965
その他			3.9%	52



その他(抜粋)

有料の不要なサービスに誘導されそうになった。

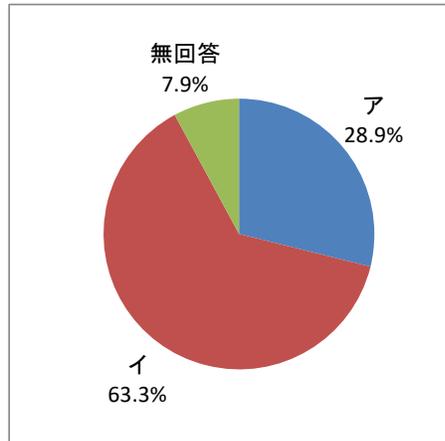
自宅に「使わないもの等買取します」の電話がけっこうある。同様に「家を補修します」という勧誘電話も多い。また、スマホに実在する企業名を騙ったメールが非常に多い。

偽サイトで買い物をしてしまった。商品は届かなかったが、商品代はクレジットカードで請求された。個人情報、カード情報をとられた。

Q2 Q1で「ア～ケ」または「サ その他」と回答された方に伺います。
商品の購入やサービスの利用にあたり、被害・トラブルにあった又はあいさうになった時や不満を感じた時にどこかへ(誰かへ)相談しましたか。
(単一選択)

n = 381

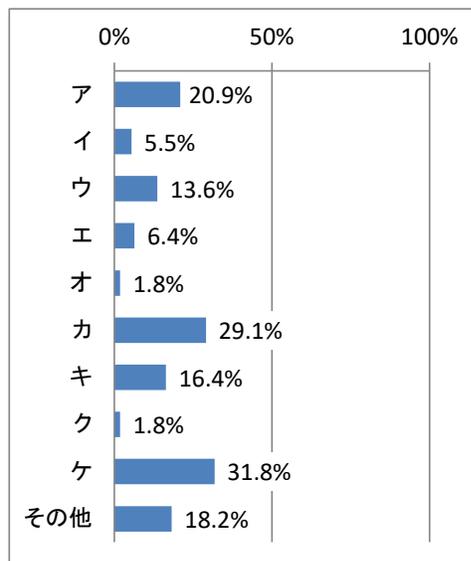
ア	相談した (Q3へ)	28.9%	110
イ	相談しなかった (Q4へ)	63.3%	241
	無回答	7.9%	30
		100.0%	381



Q3 Q2で「ア 相談した」と回答された方に伺います。
どこに(誰に)相談をしましたか。
(複数選択可)

n = 110

ア	横浜市消費生活総合センター	20.9%	23
イ	かながわ中央消費生活センター	5.5%	6
ウ	国民生活センター	13.6%	15
エ	弁護士	6.4%	7
オ	消費者団体	1.8%	2
カ	家族	29.1%	32
キ	友人・同僚など	16.4%	18
ク	近所や地域の人(民生委員・児童委員などの自治会町内会関係者を含む)	1.8%	2
ケ	事業者(お客様相談窓口等を含む)に直接苦情を申し出た	31.8%	35
	その他	18.2%	20



その他(抜粋)

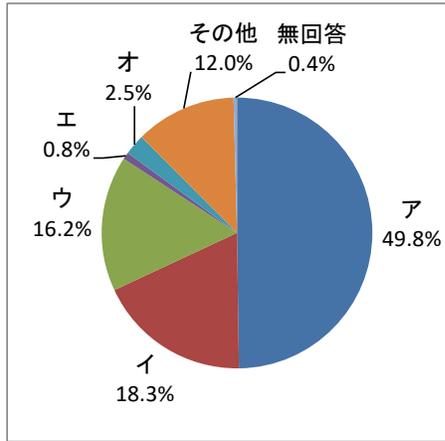
銀行、警察署

カード発行会社

Q4 Q2で「イ 相談しなかった」と回答された方に伺います。
 相談しなかった主な理由は、次のどれですか。
 (単一選択)

n = 241

ア	相談しても仕方ない・相談するほどのことでもないと思った	49.8%	120
イ	相談せず自身で解決しようとした	18.3%	44
ウ	どこに相談すればよいのか分からなかった	16.2%	39
エ	恥ずかしいので誰にも言えなかった	0.8%	2
オ	相談する適切な相手がいなかった	2.5%	6
その他		12.0%	29
無回答		0.4%	1
		100.0%	241



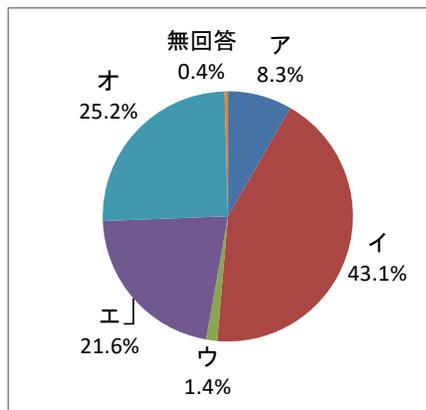
その他(抜粋)

通販でやり取りが面倒で特に不都合も無かったから。
 時間が無かった。
 インターネット上に注意喚起の情報があり、ほぼ同じ内容だったので理解した。

Q5 全員に伺います。
 横浜市消費生活総合センター(※)を知っていますか。
 ※ 横浜市消費生活総合センター: 消費者が購入した商品やサービスにより被害や事故にあった場合、相談を受け付け、消費者に必要な情報を提供する拠点施設。利用対象は横浜市在住・在勤、在学の方。
 (URL:<https://www.yokohama-consumer.or.jp/index.html>)
 (単一選択)

n = 1,346

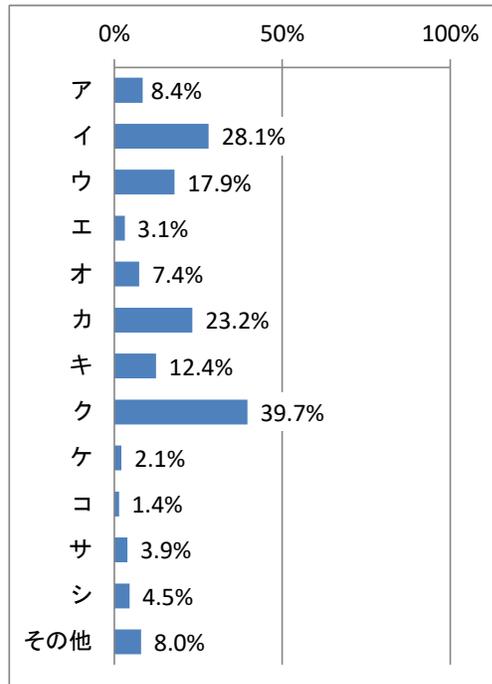
ア	場所や役割まで知っている (Q6へ)	8.3%	112
イ	名前や役割は知っているが場所は知らない (Q6へ)	43.1%	580
ウ	名前や場所は知っているが役割は知らない (Q6へ)	1.4%	19
エ	名前は聞いた事があるが場所や役割は知らない (Q6へ)	21.6%	290
オ	知らない (Q7へ)	25.2%	339
無回答		0.4%	6
		100.0%	1,346



Q6 Q5で「ア～エ」と回答された方に伺います。
 横浜市消費生活総合センターをお知りになったきっかけは何ですか。
 (複数選択可)

n = 1,001

ア	家族・友人・同僚など	8.4%	84
イ	インターネットやソーシャルメディア (YouTube、X、Instagramなど)	28.1%	281
ウ	横浜市消費生活総合センターの広報媒体 (情報紙・PR物品等)	17.9%	179
エ	公共交通機関のサイネージにおける動画広告	3.1%	31
オ	区役所・市役所のサイネージにおける動画広告	7.4%	74
カ	テレビ・ラジオ	23.2%	232
キ	新聞・雑誌 (フリーペーパー含む)	12.4%	124
ク	広報よこはま	39.7%	397
ケ	講座、講演会	2.1%	21
コ	地域の催し	1.4%	14
サ	地域の掲示板	3.9%	39
シ	消費生活に関する活動をしている団体 (消費者団体やNPO等)	4.5%	45
その他		8.0%	80



その他 (抜粋)

仕事をしている時に知った。

学生の頃、授業で習った。

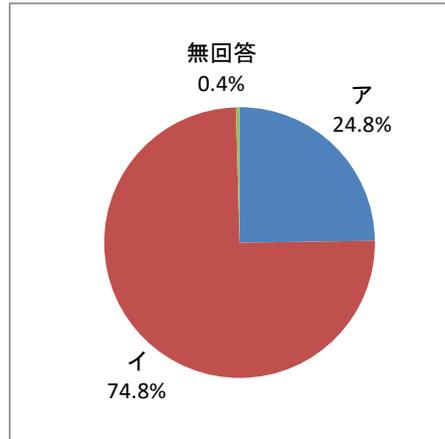
ごみ収集車から流れる広報案内

Q7 全員に伺います。
 消費者ホットライン「188(いやや)」(※)を知っていますか。

※ 消費者ホットライン「188(いやや)」:消費生活の中でトラブルや困ったことについて相談したいときに、全国どこからでも相談できる3桁の電話番号。最寄りの消費生活センターや消費生活相談窓口をご案内します。
 (単一選択)

n = 1,346

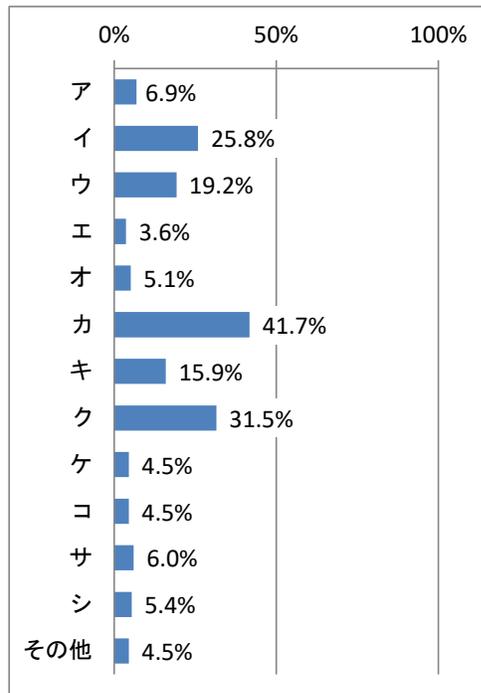
ア	知っている (Q8へ)	24.8%	333
イ	知らない (Q9へ)	74.8%	1,007
無回答		0.4%	6
		100.0%	1,346



Q8 Q7で「ア 知っている」と回答された方に伺います。
 消費者ホットライン「188」をお知りになったきっかけは何ですか。
 (複数選択可)

n = 333

ア	家族・友人・同僚など	6.9%	23
イ	インターネットやソーシャルメディア (YouTube、X、Instagramなど)	25.8%	86
ウ	横浜市消費生活総合センターの広報媒体 (情報紙・PR物品等)	19.2%	64
エ	公共交通機関のサイネージにおける動画広告	3.6%	12
オ	区役所・市役所のサイネージにおける動画広告	5.1%	17
カ	テレビ・ラジオ	41.7%	139
キ	新聞・雑誌 (フリーペーパー含む)	15.9%	53
ク	広報よこはま	31.5%	105
ケ	講座、講演会	4.5%	15
コ	地域の催し	4.5%	15
サ	地域の掲示板・回覧板	6.0%	20
シ	消費生活に関する活動をしている団体 (消費者団体やNPO等)	5.4%	18
その他		4.5%	15



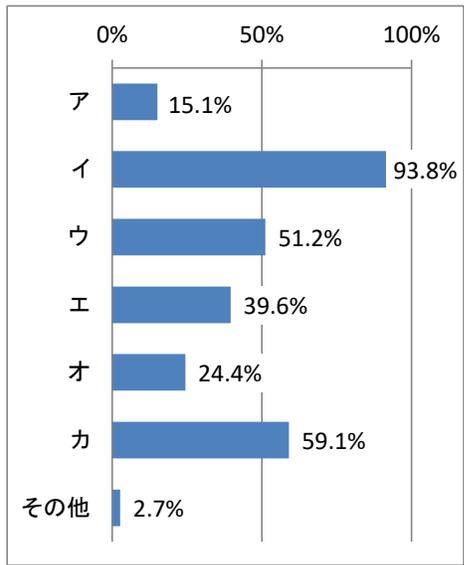
その他 (抜粋)

テレビCM
不当な請求に関してネットで調べたときに存在を知りました。
学校の講演

Q9 全員に伺います。
あなたが、普段よく買い物をする場所はどこですか。
(複数選択可)

n = 1,346

ア	商店街	15.1%	203
イ	スーパー	93.8%	1,263
ウ	コンビニ	51.2%	689
エ	ショッピングセンター	39.6%	533
オ	百貨店	24.4%	329
カ	通販・ネットショッピング	59.1%	795
その他		2.7%	36



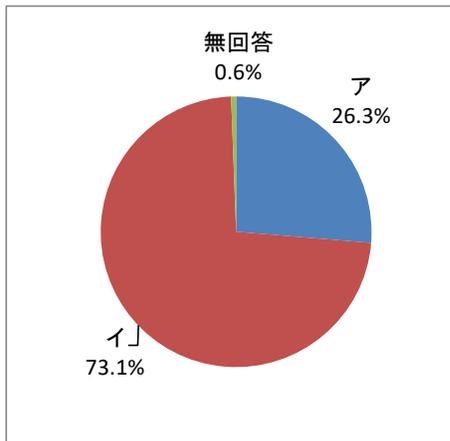
その他(抜粋)

ドラッグストア
ディスカウント店舗
生協

Q10 全員に伺います。
あなたが、普段買い物をするときを利用する主な支払方法はどちらですか。
(単一選択)

n = 1,346

ア	現金	26.3%	354
イ	キャッシュレス決済	73.1%	984
無回答		0.6%	8
		100.0%	1,346

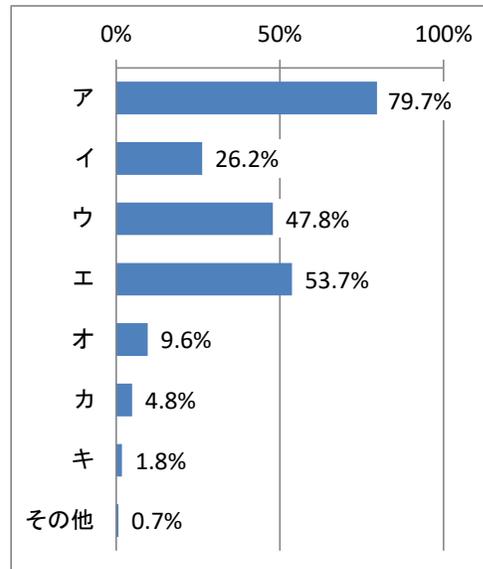


Q11 全員に伺います。
 あなたが、普段よく利用するキャッシュレス決済手段はなんですか。

※「キ キャッシュレス決済は利用していない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,346

ア	クレジットカード	79.7%	1,073
イ	交通系以外の電子マネー(WAON、nanaco、楽天Edy 等)	26.2%	353
ウ	バーコード、QRコード決済(PayPay、楽天Pay 等)	47.8%	644
エ	交通系電子マネー(Suica、PASMO 等)	53.7%	723
オ	その他スマホ決済(Apple Pay、Google Pay 等)	9.6%	129
カ	デビットカード	4.8%	65
キ	キャッシュレス決済は利用していない	1.8%	24
その他		0.7%	9



その他(抜粋)

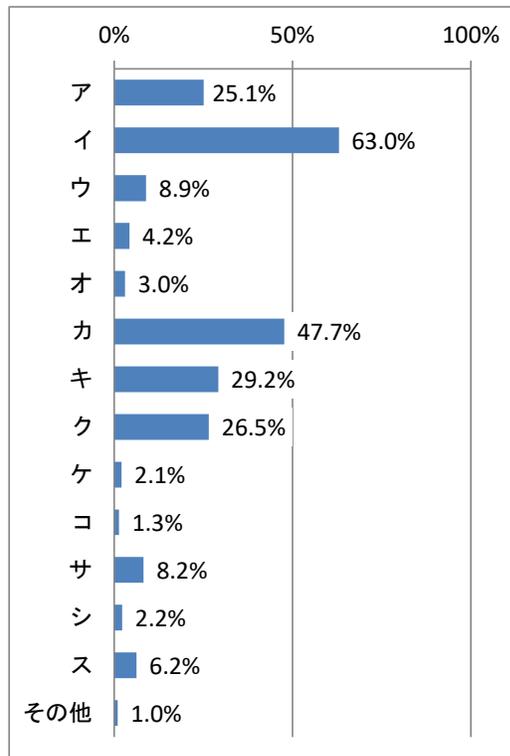
プリペイドカード

Q12 全員に伺います。
 消費生活全般に関する情報(例えば、商品やサービスの内容・品質、悪質商法、消費生活についての法制度、生活の知恵に関することなど)をどのようにして入手していますか。

※「ス 関心がないので入手していない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,346

ア	家族・友人・同僚など	25.1%	338
イ	インターネットやソーシャルメディア(YouTube、X、Instagramなど)	63.0%	848
ウ	横浜市消費生活総合センターの広報媒体(情報紙・PR物品等)	8.9%	120
エ	公共交通機関のサイネージにおける動画広告	4.2%	57
オ	区役所・市役所のサイネージにおける動画広告	3.0%	41
カ	テレビ・ラジオ	47.7%	642
キ	新聞・雑誌(フリーペーパー含む)	29.2%	393
ク	広報よこはま	26.5%	357
ケ	講座、講演会	2.1%	28
コ	地域の催し	1.3%	18
サ	地域の掲示板・回覧板	8.2%	111
シ	消費生活に関する活動をしている団体(消費者団体やNPO等)	2.2%	30
ス	関心がないので入手していない	6.2%	84
その他		1.0%	13



その他(抜粋)

国民生活センターからの見守り新鮮情報メール

ニュースアプリ

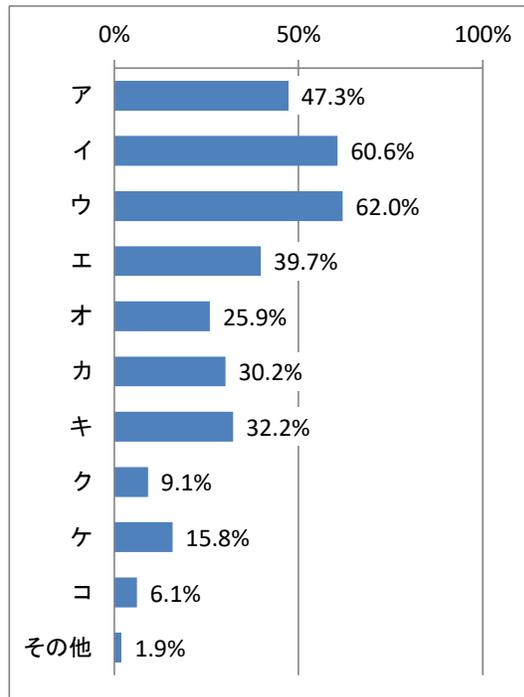
検索エンジンで検索して、口コミを参考にする。

Q13 全員に伺います。
消費生活に関して、どのような情報を提供してほしいですか。

※「コ 特にない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,346

ア	消費者問題に関する相談窓口	47.3%	636
イ	契約トラブルや消費者被害の実例や被害にあわないための注意点	60.6%	816
ウ	契約トラブルや消費者被害にあってしまったときの対応(クーリング・オフ等)	62.0%	834
エ	苦情品のテスト結果や商品・サービスの比較調査の結果	39.7%	535
オ	経済・社会・環境へ良い影響を与える商品・サービス(地産地消・フェアトレード・エコマークなど)に関する情報	25.9%	349
カ	生活に役立つ衣食住などの基礎知識	30.2%	406
キ	食品表示や広告表示に関する解説など商品・サービスを選択する際の参考となる情報	32.2%	434
ク	消費者団体・NPO・民間の企業等の消費者向けの活動内容	9.1%	123
ケ	講座や催しなどのイベント開催情報	15.8%	213
コ	特にない	6.1%	82
その他		1.9%	26



その他(抜粋)

消費トラブルを起こした事業者の情報開示(企業名、サービス・商品名、Webサイトやメールアドレスのドメイン名など)

リコール対象商品の情報を、もっと市民の隅々まで届ける方法はないでしょうか。最近、モバイルバッテリーの火災が増えてますが、リコール対象であることを事前に知ってたら防げた事例もあります。

悪質な勧誘の通報窓口

Q14 全員に伺います。
 横浜市では、「消費者市民社会(※1)」の形成に向けた取組の一つとして、「エシカル消費(※2)」の普及・啓発を進めています。
 あなたは、エシカル消費という言葉を知っていますか。

※1 「消費者市民社会」:一人ひとりの消費者が、社会の一員(市民)としての責任や役割を意識しながら、よりよい社会づくりに参加する社会のことです。具体的には

- ・エシカル消費(※2)をする→環境や人権に配慮した商品を選ぶ。
- ・消費者のための制度を理解する→クーリング・オフ等の制度を理解し、活用する。
- ・情報を収集・発信する
 - 消費生活センター等が発信する情報を積極的に収集し、周囲の人にも伝える。
- ・社会問題に関心を持つ→児童労働や環境破壊など、消費の裏側にある問題を知ろうとする。
- ・声をあげる・行動する→企業に意見を伝えたり、トラブルが発生した場合には、事業者へ情報提供し、原因を確認するとともに、再発防止を要請する。

などがあります。

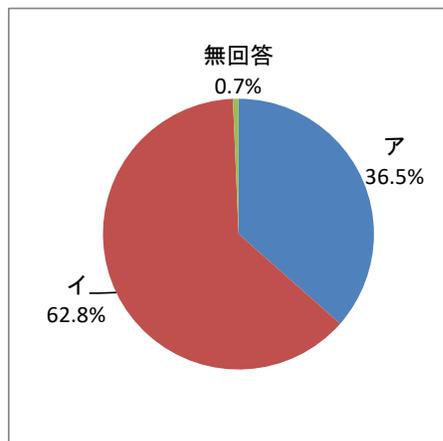
※2 「エシカル消費」: 買い物を通じて、より良い社会や地球環境をつくることを意識すること。例えば次のような商品を選択することが、エシカル消費につながります。

- ・環境にやさしい商品→プラスチックを減らした包装、再生素材を使った商品など。
- ・フェアトレードの商品→発展途上国の生産者が適正な報酬を得られるように配慮された商品。
- ・地元のもの(地産地消)→輸送によるCO₂排出を減らし、地域経済を応援することにつながる商品。
- ・障害者施設や福祉作業所で作られた商品→障害者等の支援につながる商品。
- ・長く使えるもの→安くてすぐ壊れるものではなく、修理して使えるものを選ぶ。

(単一選択)

n = 1,346

ア	知っている	36.5%	491
イ	知らない	62.8%	846
無回答		0.7%	9
		100.0%	1,346

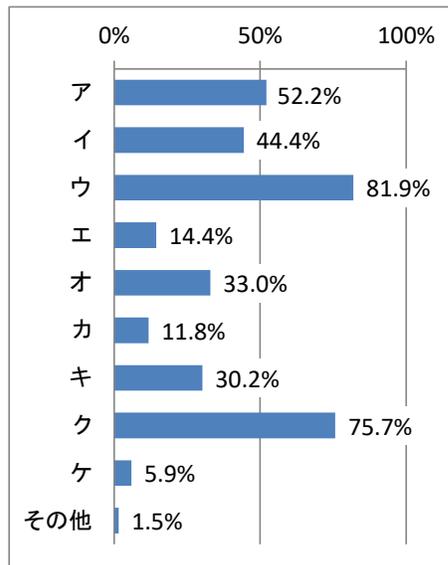


Q15 全員に伺います。
 以下は「エシカル消費」の代表的な行動例です。以下の選択肢の中で、あなたがこれまでに取り組んだことがあるものはありますか。

※「ケ 取り組んだことはない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,346

ア	服やものを大切に、壊れても直して使う	52.2%	702
イ	食品ロスを減らすため、お店で手前の商品から取ったり、捨てる部分を減らすなど工夫している	44.4%	597
ウ	商品を買うときに、エコバッグを使うようにしている	81.9%	1,103
エ	フェアトレード認証、FSC認証など、認証ラベルのついた商品を購入している	14.4%	194
オ	地産地消を心掛けている	33.0%	444
カ	売上金の一部が寄附につながる商品を購入している	11.8%	159
キ	不要になったものや服を捨てずに、あげたり売ったりしている	30.2%	407
ク	地域のルールに従ったゴミの分別を徹底している	75.7%	1,019
ケ	取り組んだことはない	5.9%	79
その他		1.5%	20



その他(抜粋)

障害者施設が作ったパンや販売している物を買う。
無駄な物を買わない。
エシカルな活動をしている企業・団体を応援する。

Q16 高齢者(概ね60代後半以上)の消費者被害の未然防止や迅速な問題解決のために、どのような対策を強化すべきだと思いますか。

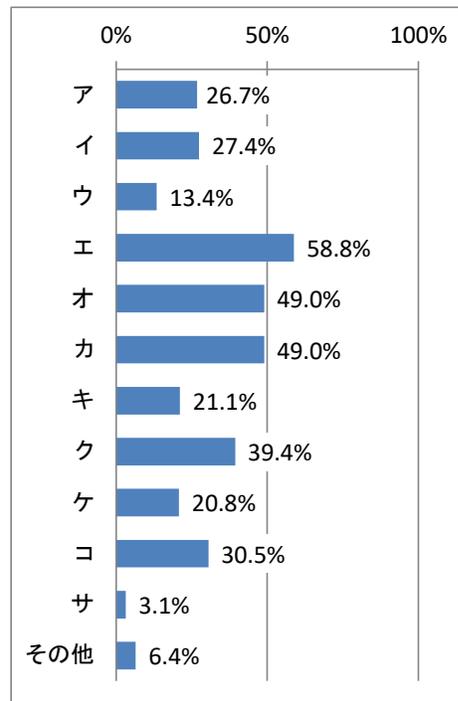
【参考】

全世代では主に通信販売によるトラブルについてのご相談が多く寄せられていますが、高齢者にみられるトラブルの事例としては、
 ・家屋の設備の点検商法
 ・訪問買取に関するトラブル
 などが挙げられます。

※「サ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,346

ア	インターネットやソーシャルメディア(YouTube、X、Instagramなど)を利用した情報発信	26.7%	360
イ	公共交通機関のサイネージ等での広告	27.4%	369
ウ	消費生活に関するメールマガジンの配信	13.4%	180
エ	地域の掲示板・回覧板を活用した消費者被害事例の周知	58.8%	792
オ	地域の人たちの見守り・声かけ	49.0%	659
カ	高齢者福祉に携わる行政職員や高齢者福祉サービスを提供する事業者の見守り・声かけ	49.0%	659
キ	消費者トラブルをテーマにした講座や講演会の開催	21.1%	284
ク	情報誌(新聞・雑誌)へ注意喚起の掲載	39.4%	530
ケ	日用品(ティッシュ等)のパッケージへの注意喚起の掲載	20.8%	280
コ	企業と連携した高齢者への声かけ	30.5%	411
サ	特に対策は必要ない	3.1%	42
その他		6.4%	86



その他(抜粋)

高齢者が多く視聴するテレビ・ラジオで正しい情報発信を行う。

法改正と取り締まり(注意喚起では不足)

市の施設での掲示や広報誌による注意喚起

Q17 壮年～中年層(概ね30代～60代前半)の消費者被害の未然防止や迅速な問題解決のために、どのような対策を強化するべきだと思いますか。

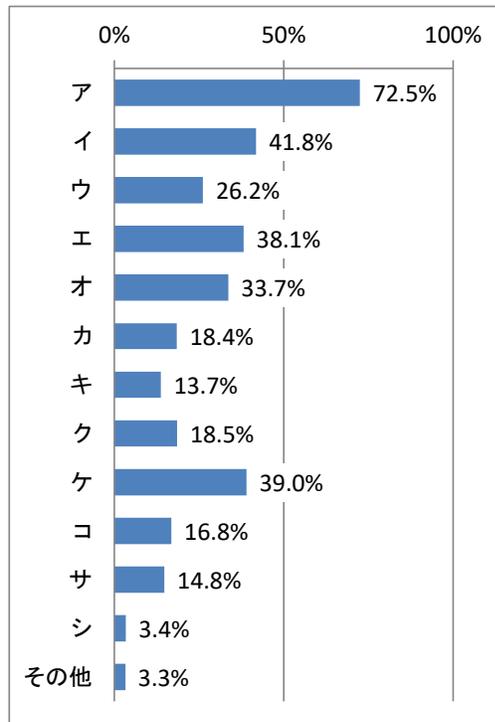
【参考】

全世代では主に通信販売によるトラブルについてのご相談が多く寄せられていますが、壮年・中年層にみられるトラブルの事例としては、
 ・投資に関するトラブル
 ・不動産賃貸借に関するトラブル
 などが挙げられます。

※「シ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,346

ア	インターネットやソーシャルメディア(YouTube、X、Instagramなど)を利用した情報発信	72.5%	976
イ	公共交通機関のサイネージ等での広告	41.8%	563
ウ	消費生活に関するメールマガジンの配信	26.2%	352
エ	勤め先の企業における研修	38.1%	513
オ	地域の掲示板・回覧板を活用した消費者被害事例の周知	33.7%	453
カ	地域の人たちの見守り・声かけ	18.4%	248
キ	高齢者福祉に携わる行政職員や高齢者福祉サービスを提供する事業者の見守り・声かけ	13.7%	185
ク	消費者トラブルをテーマにした講座や講演会の開催	18.5%	249
ケ	情報誌(新聞・雑誌)へ注意喚起の掲載	39.0%	525
コ	日用品(ティッシュ等)のパッケージへの注意喚起の掲載	16.8%	226
サ	企業と連携した高齢者への声かけ	14.8%	199
シ	特に対策は必要ない	3.4%	46
その他		3.3%	44



その他(抜粋)

テレビやラジオを利用した情報発信

AIを活用した一次相談/判定窓口

駅、公共施設、スーパー・デパート、コンビニなど人の目に触れやすいところでの広報の活用と活性化

Q18 若年者(概ね20代まで)が消費者被害にあわないようにするためには、どのような対策が有効だと思いますか。

【参考】

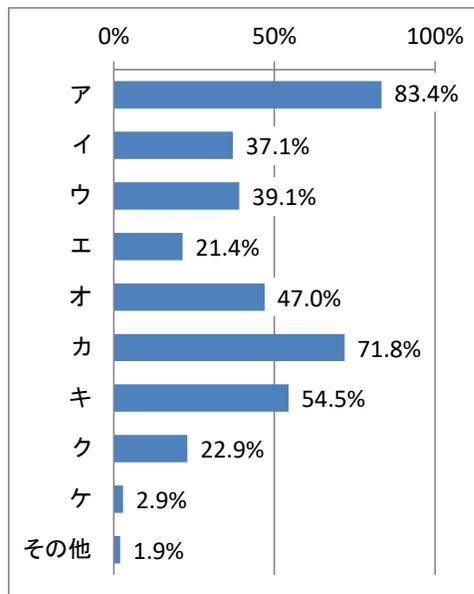
全世代では主に通信販売によるトラブルについてのご相談が多く寄せられていますが、若者層にみられるトラブルの事例としては、

- ・マルチ商法
 - ・エステ・美容医療に関するトラブル
 - ・不動産賃貸に関するトラブル
 - ・副業に関するトラブル
- などが挙げられます。

※「ケ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。(複数選択可)

n = 1,346

ア	インターネットやソーシャルメディア(YouTube、X、Instagramなど)を利用した情報発信	83.4%	1,122
イ	公共交通機関のサイネージ等での広告	37.1%	499
ウ	よくある消費者トラブルの注意喚起等の情報をまとめたウェブページの整備・内容の充実	39.1%	526
エ	消費生活に関するメールマガジンの配信	21.4%	288
オ	家庭での教育	47.0%	632
カ	小学校・中学校・高校での教育・啓発	71.8%	967
キ	専門学校・大学等での教育・啓発	54.5%	733
ク	情報誌(新聞・雑誌)へ注意喚起の掲載	22.9%	308
ケ	特に対策は必要ない	2.9%	39
その他		1.9%	26



その他(抜粋)

違反事業者の公表、指導、処分の徹底

子ども達が理解しやすいマンガやアニメにし、年齢にあわせた内容にする。さらに、学習用のタブレットで観れる環境を作り それを授業でも活用できるようにする。

若年者については、家庭や地域の声かけ見守りが前提にありますが、身近な人にはなかなか素直になれない年代でもあるので、人気のインフルエンサーを起用してSNSで情報を発信したほうが、より効果的に届くと思います。

Q19 消費生活に関する事で、ご意見があれば自由にお書きください。
(自由意見)

(抜粋)

いわゆる家電には、リフォーム・粗大ゴミ・不動産・不用品などの勧誘電話しかかかってきません。そのため、周りの高齢者世帯は、固定電話を解約し、携帯電話だけにするケースが増えていきます。

SNSの発展により、騙すのが当たり前になりつつあるように感じます。フェイク動画やフェイクニュースなどは、誰でも簡単に作れるので、より一層注意が必要だと思います。

横浜市消費生活総合センターの電話はいつも混雑していて繋がらない。

生きていくために必要な知識なので、学校で教えていくべきだと思います。高齢者には地域のセンターや自治会で講習会を開いてはどうでしょうか。SNSなどは情報量が多いため、適切に情報を処理できる人は限られています。直接、対面の講習などで正しい知識を広めていくことが大事だと思います。

横浜市にかかわらず、勤務先や通学先にある各自治体の消費生活相談センターを利用して欲しいです。消費生活相談センターや「188」の知名度が低いのではないかと思います。

詐欺業者からの電話や直接訪問が本当に多いです。リフォーム、ガス点検、屋根工事など。電話番号をネットで調べれば詐欺業者かわかるのですが、高齢者の方であっさりと騙される方も多そうです。地域の回覧板等で早めに注意喚起をすることが必要に思います。

エンカル消費は初めて知りました。今後実践していきたいと思います。消費者被害の未然防止はなかなか難しいですが、繰り返しの注意喚起が必要です。

特に高齢の方へのトラブル等の注意喚起は、繰り返し実施した方が良いと思います。また、インターネットやSNSは苦手だと思うので、公共交通機関でのサイネージや、テレビCMなどでのお知らせや直接の声かけなどが必要だと思います。

一時期、屋根の点検や外壁塗装の訪問営業が多く、困っていましたが、テレビなどで、悪徳業者について多く報道していただいたおかげで、訪問営業が激減したと思います。手口などを常に広く知らせていただき、非常に助かります。

信頼できる公共機関による情報の発信と高齢者へのサポートを期待します。若い人には信頼できる情報がある場所を周知する他、検索しやすい機能があると良いと思います。

消費者安全確保地域協議会について

1 消費者安全確保地域協議会とは

消費者地域確保地域協議会（以下「協議会」という。）は、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった方の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行うためのネットワークです。平成 26 年の消費者安全法（以下「法」という。）改正により、地方公共団体が協議会を設置することが可能となりました。

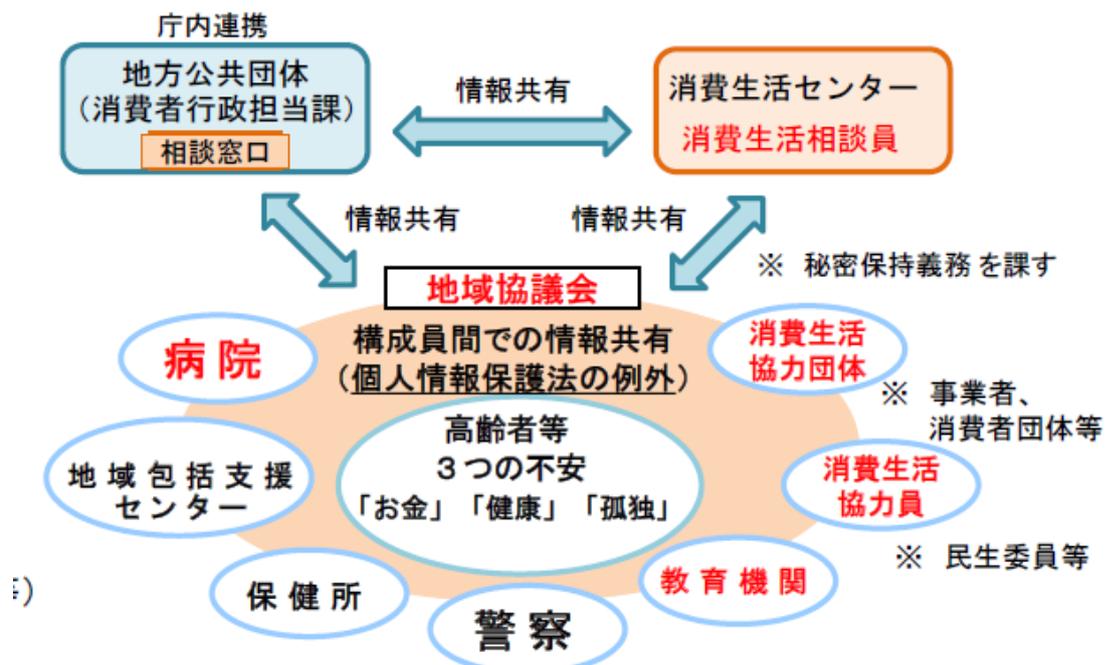
2 構成員

消費者行政部局（事務局）、福祉関係部局、教育委員会、警察等、地域ケアプラザ、病院、弁護士会、商店街、生活協同組合、民生委員、金融機関、郵便局、宅配業者等

3 協議会の特徴・メリット

- ・ 多様な見守りの担い手との連携により、日常の見守りの中で気づいた消費者被害を消費生活センター等に迅速につなぐことが可能。
- ・ 構成員間での消費者トラブルの発生状況等の共有による被害の未然防止・早期発見・拡大防止
- ・ 必要に応じて福祉サービス（生活保護、成年後見制度など）への橋渡しが可能。
- ・ 個人情報保護法の例外規定により、必要と認められる場合には、消費者本人からの同意が得られない場合でも構成員間での情報共有が可能。（法第 11 条の 4 第 3 項）

「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ



4 他都市の設置状況（令和7年9月末時点）

	設置自治体数	総自治体数
全て	560（31%）	1,788
うち都道府県	30（64%）	47
うち5万人以上	231（45%）	517
うち5万人未満	299（24%）	1,224

- 神奈川県内で設置しているのは鎌倉市のみ。
- 政令市（20都市）では、11都市（仙台市、新潟市、名古屋市、大阪市、京都市、神戸市、岡山市、広島市、北九州市、福岡市、熊本市）で設置。

5 他都市の事例

(1) 鎌倉市（令和3年設置）

- ・ 警察、児童相談所等関係行政機関及び社会福祉協議会等の福祉関係団体で構成。
- ・ 民間事業者（ライフライン事業者、宅配事業者、コンビニ等）も含めた「鎌倉市くらし見守りネットワーク」を構築。

(2) 広島市（平成31年設置）

- ・ 広島市消費生活審議会の部会として「消費者安全確保部会」を設置し、協議会に位置づけ。部会には学識経験者、消費者、事業者等からなる部会委員のほか、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会、県警察等からなる専門委員が所属している。
- ・ 部会の中で構成員間の意見交換を実施、見守り実践マニュアルを作成。

(3) 東京都世田谷区（平成29年設置）

- ・ 庁内福祉部門、福祉関係団体、区民講師団体、事業者（金融機関、宅配事業者）等で構成。
- ・ 見守りリストの作成は行わず、本人同意の得られた事案のみ消費生活センターにつなぐ運用としている。

6 設置にあたっての横浜市の現状と課題

- ・ 国の示す通り、「顔の見える関係」が非常に重要で、身近なネットワークが有効だと考えているため、地域ケアプラザや民生委員、自治会町内会、警察等と連携を進めています。
- ・ 福祉関係者との連携を密にして、「消費者トラブルも生活の困りごとのひとつ」という認識をもってもらえるよう、地域ケアプラザと消費生活総合センターの連携会議を開催しているほか、地域ケアプラザでの出前講座にあわせた意見交換の実施、福祉関係者の会議の場での情報提供、支援者向け研修等を実施しています。
- ・ 警察との連絡会議の開催や、広報・啓発における連携等、警察との連携による消費者トラブル対策の取組を進めています。
- ・ 少子高齢化の進展等により、地域福祉へのニーズが高まっている中、福祉関係者の負担は増加しており、また、ライフスタイルの変化に伴い、住民の地域活動の負担を軽減するため、行政からの依頼事項の削減が求められている現状を踏まえ、協議会の設置については、慎重に考えていく必要があります。

【参考】横浜市の現在の取組状況

地域ケアプラザや民生委員、消費生活推進員をはじめとした自治会町内会の皆様等と連携を進め、地域の負担感も鑑みながら、要支援者の方々が被害に遭わないような取組を進めています。

また、今年度からは警察との連携会議を開催する等、**警察**とも連携を深め消費者被害の未然防止に取り組んでいます。

① 福祉関連機関との連携（「職域の中での緩やかな見守り」への協力依頼や情報提供）

- ア 地域ケアプラザ・消費生活総合センター連携会議、
- イ 地域ケアプラザ分科会所長会（役員会・全体会）、
- ウ 横浜市訪問介護連絡協議会、
- エ 在宅高齢者虐待防止事業基礎研修（対応編）、
- オ 区福祉保健センター新採用・新任職員研修、
- カ 横浜市民生委員児童委員協議会、
- キ 各区民生委員児童委員協議会、
- ク 高齢・介護保険業務担当者会議 全体会、
- ケ 横浜市介護支援相談員協議会（YCM）定例会、
- コ 地域ケア会議従事者研修、
- サ 区社協次長会、老人クラブ連合会会長会
- シ 障害者保護者会

② 地域向け出前講座の令和7年度実績（11.18時点申込済の件数）

ア 地域ケアプラザ	: 46 件（うちセンター22 件）
イ 行政（区役所、国交省）	: 7 件
ウ 民生委員・社会福祉協議会等	: 75 件
合計	: 128 件 <<※令和6年度実績：47回>>

③ 横浜市消費生活総合センター・地域ケアプラザ専用回線利用実績

令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
39件	52件	48件	49件	20件

※令和7年度は9月末実績

④ 警察との連携

- ・ 10月3日（金）に連携会議を開催。県警本部・市内21警察署と消費生活総合センターから関係職員が出席し意見交換を実施
- ・ 啓発ポスターの製作・市内各所への掲出のほか、センター啓発チラシにも警察の相談先を掲載

改訂版 横浜市消費者教育推進の方向性における「方向性の柱」(案)

【方向性 1】効果的な情報発信の強化

- (1) デジタル・アナログ両方の様々な媒体、機会を利用した
 - ・消費生活相談窓口である横浜市消費生活総合センター（以下、「センター」）の周知
 - ・消費者教育・啓発となる情報の確実な伝達
 - ・「消費者市民社会の形成」という理念の浸透に関する効果的・効率的な消費者への情報提供
- (2) 自ら情報にアクセスすることが困難な方への、周囲の方も含めた情報伝達についての検討、推進

【取組例】

- ・様々な媒体・啓発物等による情報発信（啓発物の配布、啓発動画の作成及び公共交通機関のサイネージ・SNS等のデジタル広告を活用した放映等）

【方向性 2】多様な機関との連携による地域での啓発の活性化

以下の機関等との連携により、地域に密着した啓発を実施する。

- (1) 消費生活推進員の地域に根差した啓発活動の支援及び消費生活推進員が主催する出前講座等への講師派遣等による連携
- (2) 地域ケアプラザをはじめとした福祉関係者との連携を深め、消費者トラブル情報のタイムリーな情報提供や研修の実施による職域の中での消費者の見守りの意識の醸成
- (3) 警察・防犯所管課との連携による消費者被害防止のための啓発の実施及びセンターとの連携の強化
- (4) 防災所管課等との連携による緊急時の消費者被害防止のための平時からの啓発の実施
- (5) 消費者団体との情報交換等の連携強化

【取組例】

- ・各区で活動する消費生活推進員の活動を支援するための研修動画の作成、啓発物の配布
- ・福祉部門との連携体制の構築（地域ケアプラザ等とセンターの専用相談回線の設置、福祉関係職員向け研修の実施、福祉関係者が主催する出前講座への講師派遣、福祉関係者が参加する様々な会議での「職域の中での緩やかな見守り」への協力依頼、地域ケアプラザ等とセンターの連携推進会議の開催等）
- ・防犯分野・警察と連携した啓発の実施
- ・防災部門への定期的な情報提供及び「よこはま防災 e パーク」への啓発物の掲載等

【方向性3】生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進

- (1) 学校等（幼児期～大学・専門学校等、支援を要する幼児・児童・生徒）
- (2) 地域社会（高齢者、障害者、若者、成人一般）
- (3) 家庭（食育等、危害・危険から身を守る、情報社会のルール等）
- (4) 職域（社員への消費者教育、社会的責任意識を高める等）

【取組例】

- ・小中学校、高校、特別支援学校等への講師派遣
- ・市内大学と連携した啓発の実施（新入生ガイダンスでの啓発や学園祭へのブース出展、啓発冊子の配布等）
- ・二十歳の市民を祝うつどいでの啓発動画放映等
- ・高齢者向けの啓発冊子や物品等の作成・配布、地域での専門家講師の派遣による出前講座の実施
- ・多言語版啓発リーフレットの作成
- ・親子を対象としたおこづかい講座の実施
- ・企業が実施する新入社員向け研修への消費生活相談員の派遣

【方向性4】協働の推進、関連分野との連携

- (1) 消費者被害防止に加え、消費者市民社会形成に向けた企業や各種団体等との **分野横断的な連携**・協働の推進
- (2) 関連分野（環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育）との連携

【取組例】

- ・弁護士、ファイナンシャルプランナー等との講師派遣における連携
- ・民間事業者や市民団体との協働による啓発の実施
- ・エシカル消費の普及啓発事業に係る関連部局との連携

横浜市消費者教育推進の方向性

平成 27 年 9 月

横浜市経済局

目次

1 「横浜市消費者教育推進の方向性」策定にあたって

- (1) 消費者教育推進の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- (2) 消費者教育の役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - 【コラム①】「消費者市民社会」・・・・・・・・・・ 2
 - 【コラム②】消費生活相談員とは・・・・・・・・・・ 3
- (3) 消費者教育が目指す消費者像・・・・・・・・・・ 3
- (4) ライフステージに即した消費者教育について・・・・・・・・ 4

2 横浜市の現状と本市消費者教育施策の課題

- (1) 消費者被害の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - 【コラム③】単独世帯・高齢者のみ世帯の増加・・・・・・・・ 7
- (2) 横浜市の消費生活相談の状況・・・・・・・・・・ 7
- (3) 第9次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について（平成26年7月）」・・・・・・・・・・ 9
- (4) 横浜市消費者教育施策の現状と課題・・・・・・・・・・ 9
 - 【コラム④】横浜市消費生活推進員・・・・・・・・・・ 10

3 横浜市消費者教育の方向性

- 方向性1 効果的な情報発信の強化・・・・・・・・・・ 13
- 方向性2 横浜市消費生活推進員等による地域での啓発の活性化・・・・・・・・ 13
- 方向性3 高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育の推進・・・・・・・・ 14
- 方向性4 生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進・・・・・・・・ 14
 - 【コラム⑤】「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」（平成23年3月、文部科学省）に示された消費者教育の目的・・・・・・・・ 16
 - 【コラム⑥】社会的責任（Social Responsibility）について・・・・・・・・ 19
- 方向性5 担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携・・・・・・・・ 19
 - 【コラム⑦】「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」について・・・・・・・・ 21

4 推進体制

- (1) 横浜市の消費者教育推進の拠点 22
- (2) 横浜市消費者教育推進庁内連絡会議 23
- (3) 横浜市消費者教育推進地域協議会 23

1 「横浜市消費者教育推進の方向性」策定にあたって

(1) 消費者教育推進の背景

時点更新

ア 消費者をめぐる状況

消費者を取り巻く状況を見ると、消費生活と経済社会との関わりがグローバル化、高度情報化の進展等により多様化・複雑化しています。地域・家族のつながりが弱まっていたり、格差社会といわれる中、消費者被害は多様化・深刻化しています。新聞やニュースでは、食の安全を脅かす事件や健康被害を及ぼす製品事故等が日々報道され、消費者の安全・安心に対する関心は非常に高くなっています。

一方、環境に配慮したライフスタイルを実践するなど、積極的に行動する消費者も増えています。

これまでの消費者被害に遭わない消費者という視点のみでなく、社会や環境に思いをはせ、自ら考えて自ら行動する自立した消費者という視点が重要になっています。

イ 「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）の施行

こうした状況を背景として、平成 24 年 12 月に「消費者教育推進法」が施行されました。この法は、国や自治体において、①消費者が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結び付ける実践的能力の育成、②消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるように積極的に支援することを理念としています。

また、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」という考え方が定義づけられました。

ウ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）の閣議決定

平成 25 年 6 月に閣議決定された「基本方針」では、①誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進すること、②国・地方、行政・民間、消費者自身といった幅広い担い手の支援、育成とともに担い手間の連携、情報共有を促進することを基本的な方向としています。

また、「被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」こととした、新たな消費者像が示されるとともに、年代・場の特性に応じた消費者教育の推進が掲げられました。

国の基本方針(R5.3)を
ふまえて更新

(2) 消費者教育の役割

消費者教育とは、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む）及びこれに準ずる啓発活動」（消費者教育推進法第2条第1項）のことを指します。

市民が安全で快適な消費生活を送ることができる社会の実現のためには、消費者が自らの利益の擁護、増進のため自主的かつ合理的に行動できることが必要です。合理的な意思決定を行い、被害を未然に防いだり、危害を回避したり、万が一被害に遭ってしまった場合に、適切に対処することができる能力に加えて、環境に配慮するなど公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する力を身につけるために消費者教育が重要な役割を果たします。

【コラム①】「消費者市民社会」

●『Q&A 消費者教育推進法と消費者市民社会』日本弁護士連合会

『個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会のことです（2条2項）。』

●『消費者白書（平成25年度版）』

『消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会』

2(4)横浜市消費者教育施策の現状と課題に移動



【コラム②】消費生活相談員とは

横浜市をはじめ全国の消費生活センターでは、主に消費生活相談員が消費生活相談を受け付け、助言やあっせん等を行っています。

平成 27 年 8 月現在では、消費生活相談員の要件として主に次の 3 つの資格のうちいずれかを有することが求められており、中には複数の資格を有する消費生活相談員もいます。また、消費者安全法の改正（平成 26 年 6 月改正、未施行（※））により、今後、消費生活相談員は国家資格化されます。（※施行日は公布日から 2 年以内）

●消費生活専門相談員（独立行政法人 国民生活センター）

国民生活センター及び各地消費生活センターで消費生活相談に携わる相談員の資質向上等を目的に創設されました。1991 年試験開始（筆記・論文・面接）。

●消費生活アドバイザー（一般財団法人 日本産業協会）

もとは企業のお客様相談室等の対応のための資格として創設されましたが、後に消費生活センターでの相談対応のための資格の性格も併せ持つようになりました。1980 年試験開始（筆記・論文・面接・実務研修）

●消費生活コンサルタント（一般財団法人 日本消費者協会）

各方面での地域リーダーと消費者問題の専門家養成を目的に創設されました。1962 年講座開始（講義・実務、実習・終了論文、試験なし）。

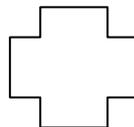
(3) 消費者教育が目指す消費者像

生活と密着する消費者教育はこれまでも当然必要なものでしたが、従来の消費者教育では、消費者被害の未然防止及び被害の早期回復に重点が置かれてきました。

しかし、今後は、「基本方針」に示された「被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者」を育成し、これらの人々が参画する「消費者市民社会」の実現に向けた取組をしていくことが重要です。

【目指す消費者像】

被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者
（従来から重視してきた消費者像）



よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者（新たに求める消費者像）

- 被害を認識する消費者
- 危害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対処することができる消費者

- 自らの消費行動が社会経済や地球環境に影響を与えるとの自覚を持つ消費者
- 環境に配慮した商品を選択する消費者
- エネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源省エネルギー等環境に配慮した行動をとる消費者
- 持続可能な消費を実践する消費者

国の基本方針 (R5.3) を
ふまえて更新

(4) ライフステージに即した消費者教育について

消費者庁では、「基本方針」において、「消費者教育の体系イメージマップ（※、参考資料に掲載）」を参考に、消費者教育施策・事業の「見える化」を図ることを薦めています。

この「イメージマップ」は、①体系的プログラム作りに際して前提となる共通理解、②対象領域ごとの具体的目標、③ライフステージの分類を基礎としつつ、消費者教育推進法の趣旨との整合性も図って作成されています。

【参考】「消費者教育の体系イメージマップ」…消費者庁が設置した「消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会（平成24年9月～12月に消費者庁で開催）」が作成したもの（下記資料出典：『「消費者教育の体系イメージマップ」活用ガイド』）。

ア 体系的プログラム作りに際して前提となる共通理解

①社会における消費者の位置づけ	消費者が経済社会の中で重要な役割を果たしていること、消費生活をめぐる諸問題が単に個人だけの問題ではなく、社会全体で解決すべき問題を含んでいることを理解する。
②消費者問題の背景と消費者の権利保障のための施策の意義	消費者問題が生じる背景には、消費者と事業者との間の情報の質や量、交渉力等の格差等があることや、消費者の権利保障のためにとられる諸施策の意義を理解する。
③消費者教育を受ける権利と問題解決に向けた消費者の行動の重要性	消費者教育を受けることが権利であることを知るとともに、消費生活をめぐる諸課題の解決のために、生涯を通じて自ら積極的に学び行動することの重要性を理解する。
④将来を見通した生活の設計と非常時等の生活の変化への対応能力向上の必要性	自らの消費生活が固定的なものではなく、年齢や家庭環境、社会情勢の変動等に伴って変化しうることを理解し、将来を見通して生活設計するとともに、状況に応じてライフプラン、ライフスタイルを調整することの必要性を理解する。特に災害等の非常時には急激な生活の変化が生じること、消費生活において優先順位が変わることなど、対応能力向上の必要性を理解する。
⑤消費者の特性に応じた連帯、支援と協働の重要性	個人によって情報の質や量、判断力等の格差があり、特に支援が必要な消費者も存在する。高齢者、障害者など様々な特性をもつ消費者の存在を知り、相互に連帯して支援しあい、それぞれの特性に応じた自立を支援するなど、よりよい社会を作るために協働することの重要性を理解する。

イ 対象領域ごとの具体的目標

<p>消費者市民社会 の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力 ・持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力 ・消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力
<p>商品の安全</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商品等に内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力 ・商品等による事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動がとれる力
<p>生活の管理 と契約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営ができる力 ・契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や補償、改善、再発防止を求めて適切な行動がとれる力
<p>情報とメディア</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立て得る力 ・情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに個人情報管理や知的財産保護等、メディアリテラシーを身に付け、活用できる力

ウ ライフステージの分類

時期	各期の特徴	
幼児期	小学校入学前の段階	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期
小学生期	小学校入学から卒業までの段階	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期
中学生期	中学校入学から卒業までの段階	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期
高校生期	高等学校入学から卒業程度までの段階	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的判断が望まれる時期
成人期 成人一般		精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と連携し取り組む時期
成人期 特に若者	おおむね高校生期以降、30歳程度まで	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期
成人期 特に高齢者	おおむね65歳以上	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期

2 横浜市の現状と本市消費者教育施策の課題

(1) 消費者被害の現状

健康被害、食の安全を脅かす事件や製品事故等の消費者に被害を及ぼす事件事故が次々に発生する等、消費者を取り巻く現状は、横浜市に限らず全国的に同様の状況にあります。

高齢者を狙う金融商品の詐欺的商法などでは甚大な被害が生じており、次々と新たな手口が出現し、ますます多様化、複雑化かつ巧妙化しています。一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯、日中は高齢者のみになってしまう世帯等が増えています。社会との関わりが薄くなってしまいう傾向も強くなっており、トラブルがなかなか表面化しない問題が出てきています。

インターネットショッピングなど電子媒体を利用した商取引は、生活の利便性を向上させましたが、万が一トラブルが発生した場合には、事業者の実態がつかめず、追跡をした時には存在しなくなっているなど、被害の回復が不可能な海外の事業者だった例もあるなど、消費者が意識していなくても、日常生活が既にグローバル化してきています。

- ・ 高齢者に限らず、全世代で被害が発生している。
- ・ 点検商法、SNS、儲け話 等

【インターネット取引の相談事例（本市消費生活総合センター）】

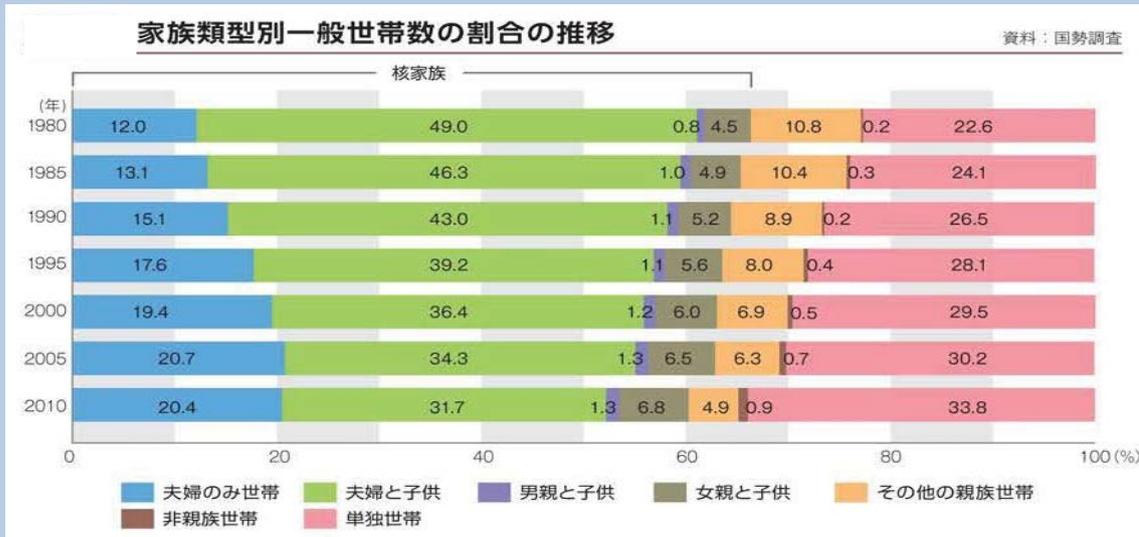
《事例1》1ヶ月前にネット検索をして知ったサイトで、ブランド物財布の購入申込みをした。代金はクレジットカードで決済した。相手の事業者から英語のメールが来て「1週間で発送する」とのことだったが、その後商品は届かず、メールを送っても返信がない。サイトには電話番号の記載があったが、国際電話のようで、掛け方が分からない。カード会社から利用明細が届き、財布の代金が含まれていたが、支払いを止める方法があるかどうか知りたい。

《事例2》ネット通販で腕時計を注文した。通常半額で購入できると思い、業者からのメールで指示された外国人と思われる個人名の銀行口座に代金を振り込んだ。10日経過したので、商品配送の催促メールを送ったが返事がない。サイトには業者の住所、電話番号の記載がない。どうしたらよいか。

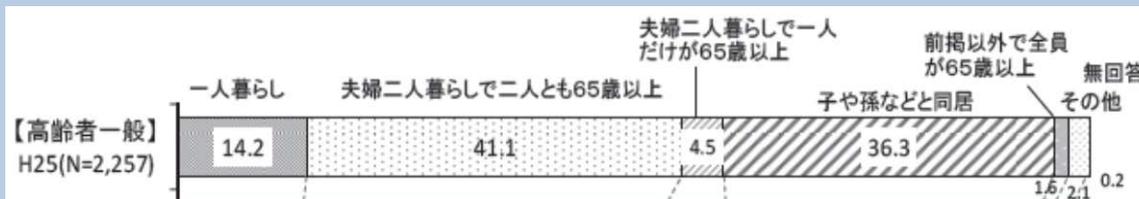
事例削除

【コラム③】単独世帯・高齢者のみ世帯の増加

平成 22 年の国勢調査結果では、単独世帯が世帯割合の 33.8%に達しています（『横浜市民生活白書 2013』から）。



また、高齢者一般世帯の世帯構成をみると、平成 25 年度横浜市高齢者実態調査結果では、一人暮らし世帯、夫婦二人暮らしで二人とも 65 歳以上の世帯、夫婦二人暮らしで一人だけが 65 歳以上の世帯の計が 59.8%となっています（『よこはま地域包括ケア計画』から）。



(2) 横浜市の消費生活相談の状況

本市での消費生活相談は近年約 22,000 件から約 25,000 件の間で推移しています。全体の相談件数の増減に合わせて各年代別の相談件数も推移する傾向がありますが、60 歳代以上の方の相談は平成 26 年度は若干減ったものの、件数・割合共に増加傾向にあります。

【本市消費生活総合センター相談件数の推移】

(単位: 件)

	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
相談件数	22, 513	23, 743	24, 007	22, 759	25, 001	23, 572
うち 60 歳以上	5, 431	6, 667	6, 937	7, 411	8, 493	7, 944
(%)	24. 1%	28. 1%	28. 9%	32. 6%	34. 0%	33. 7%

また、平成 26 年度の本市消費生活総合センター相談実績によると、年代を問わず、通信販売、訪問販売や電話勧誘販売等の店舗以外の場所での取引によるものが大半を占めています。

このうち、通信販売は特に 40 歳代の件数が多くなっていますが、訪問販売及び電話勧誘販売は、70 歳以上の方からの相談が非常に多くなっています。

各年代別の商品役務別の上位 5 品目を見ると、70 歳以上では「工事・建築」や「インターネット接続回線」、「公社債」といった相談が多く、一部訪問や電話による勧誘をきっかけとするものが含まれていると考えられます。

高齢者や障害者などが、見守りを要する状況でありながら一人暮らしであったり、日中は家族が不在になること等により、トラブルに遭っていても問題が表面化しない恐れがあります。

【平成 26 年度販売購入形態別・契約者年代別相談件数】

単位:件

区 分	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
通 信 販 売	547	955	1,487	1,972	1,359	1,127	976	201	8,624
訪 問 販 売	22	169	202	311	291	400	1,001	166	2,562
電話勧誘販売	2	29	52	137	124	277	615	63	1,299
その他無店舗	4	28	21	29	23	24	37	9	175
訪 問 購 入	0	3	14	24	33	47	80	7	208
マルチ・マルチまがい	3	99	27	25	14	11	29	7	215
ネガティブオプション	0	0	2	3	3	4	16	7	35
計	578	1,283	1,805	2,501	1,847	1,890	2,754	460	13,118

【平成 26 年度契約者年代別・商品・役務別 上位 5 品目相談件数】

単位:件

順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1	デジタルコンテンツ 458 (506)	デジタルコンテンツ 501 (438)	デジタルコンテンツ 691 (685)	デジタルコンテンツ 1,104 (963)	デジタルコンテンツ 826 (682)	デジタルコンテンツ 724 (542)	デジタルコンテンツ 529 (298)
2	テレビ放送サービス 9 (9)	不動産貸借 148 (182)	不動産貸借 290 (322)	不動産貸借 230 (230)	工事・建築 128 (172)	工事・建築 170 (218)	工事・建築 356 (376)
3	パーマ 8 (3)	エステサービス 97 (125)	携帯電話サービス 87 (67)	携帯電話サービス 127 (116)	不動産貸借 106 (150)	商品一般 117 (129)	商品一般 199 (239)
4	財布類 8 (6)	商品一般 49 (41)	四輪自動車 62 (78)	工事・建築 127 (154)	商品一般 93 (112)	インターネット接続回線 112 (45)	インターネット接続回線 155 (57)
5	健康食品 7 (7)	携帯電話サービス 46 (46)	商品一般 57 (76)	インターネット接続回線 110 (53)	インターネット接続回線 82 (50)	不動産貸借 87 (75)	公社債 141 (129)

注:()内の数字は平成25年度の件数

(3) 第9次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について(平成26年7月)」

「消費者教育推進法」及び「基本方針」を踏まえ、本市の消費者教育をどのように推進していくかについて、本市附属機関である横浜市消費生活審議会「新たな視点での消費者教育」について平成25年3月から26年6月の間、6回にわたって御議論いただき、次の3つの視点が今後の消費者教育を考えるうえで重要であると示されました。

- ア 悪質商法をクローズアップすることだけにとらわれず、消費者が合理的な意思決定を行い、自ら考え自立した消費者市民となるための視点
- イ 消費者教育の情報提供の仕組みをつくるとともに、消費者教育の担い手を意識しながら、学校、地域、家庭及び職域という対象別の課題と取組みを検討するという視点
- ウ 大都市であり、国際都市である横浜市としての特色に着目した横浜らしさ(国際都市、地域団体やNPO等との連携、消費生活推進員の活用)という視点

(4) 横浜市消費者教育施策の現状と課題

ア 効果的な情報発信の必要性

現在の主な周知、広報については、ホームページへの掲載や、広報紙の発行、セミナー・講演会等での啓発が主になっており、自らアクセスをしなければ必要な情報を得られにくい状況になっています。横浜市消費生活実態調査(以下、「実態調査」という。平成23年9月)では、消費生活情報の入手先は、テレビ・ラジオや新聞、雑誌等が中心になっています。

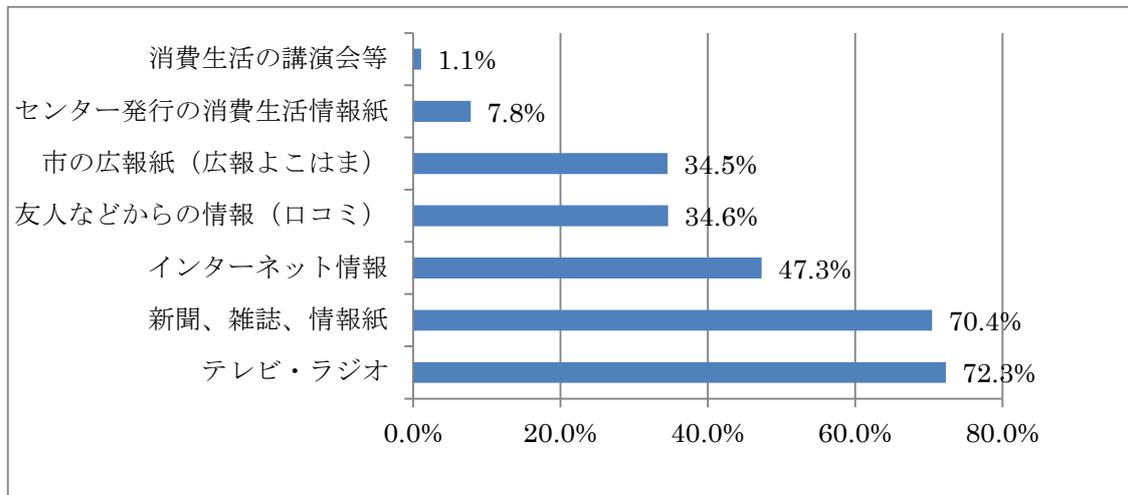
本市消費生活総合センターには、毎年2万件以上の相談件数がありますが、実態調査の結果では、横浜市消費生活総合センターの名称を聞いたことがない人が32.1%いることから、消費生活相談窓口の存在を周知する必要もあります。

一方で、悪質業者の手口の変化が速く、デジタル系のトラブルが増えている中で、消費者自らの主体的な情報収集力がますます求められています。

また、本市には、各種の消費者教育・啓発のためのツールがあります。しかし、内容が古いなどあまり使いやすいものではなく、時代に即した消費者教育教材を提供していく必要があります。

- ・情報の入手先にインターネット、SNS等を考慮した記載に時点更新
- ・センターの認知度向上についてeアンケート結果も踏まえて更新
- ・世代や特性に合わせた啓発手法の工夫

【消費生活情報の入手先】 * 横浜市消費生活実態調査（平成 23 年 9 月）から



イ 横浜市消費生活推進員制度の有効活用

昭和 50 年代に制度が創設されて以来、消費生活推進員は自ら学習するとともに地域でのきめ細やかな啓発の担い手として重要な役割を果たしてきました。制度自体も社会情勢に合わせた制度変更を行いながら円滑に運営されてきました。

しかし、本市の委嘱委員の見直しなどを契機に各区の実情に合わせて実施することとなったのを受けて、平成 27 年 4 月の時点では 18 区中 5 区で制度の休止や推進員の不在などが生じており、全市的に統一した施策を展開しづらくなっています。

本市は、大都市の中では自治会・町内会加入率が比較的高く、各地域で市民間の連携の取組が進められています。推進員設置区の一部では既に消費生活推進員が地域の支えあいの重要な構成員となっているところもあります。しかし、全体的には地域に自ら働きかける、地域と連携した取組をするという面で、十分に機能しきれていないところもあります。

【コラム④】横浜市消費生活推進員

横浜市消費生活推進員とは、横浜市消費生活条例第 16 条に基づき、市民の安全で快適な消費生活推進のために地域に根ざした自主的な活動を行う市長から委嘱された委員で、昭和 56 年から多くの方々に委員として活動していただき、現在に至ります。

平成 27 年 7 月 1 日現在、1,572 人の消費生活推進員が委嘱されています。任期は 2 年で、最長で通算 3 期 6 年活動が可能です。

消費生活に関する知識を学習していただき、身に付けた知識による地域での啓発活動や情報発信、情報展示などの地区活動を通じて、地域に広げていく活動を行います。

このように消費生活推進員はコラム③の消費生活相談員とは異なり、地域での消費者教育・啓発、見守り活動などの重要な担い手です。

情報発信の強化とともに、支援者に対しての啓発を強めていく

ウ 高齢者・障害者等、消費者被害に遭いやすい方への情報提供の必要性

高齢者・障害者と一言でいっても、一人ひとりの状況は異なっています。地域活動の担い手として活動するなど、障害特性や能力に応じた消費生活における自主性・主体性を持って生活しています。

これらの方への啓発事業等はこれまでも行っていましたが、消費者被害の対象になりやすい状況があるため、さらに推進する必要があります。

一方では疾病や生活不活発等により、地域活動への参画が難しい状況になっている方が多数存在しており、自ら情報を得ることができない場合があります。

このため、消費者からアクセスしなくても情報が得られるような情報提供の仕組みが必要です。

市民活動が活発な本市では、消費者問題に取り組む団体等が活動を通じて培ってきた、新たな消費者被害や対応法、よりよい生活を送るためのアイデアなどの消費生活情報がありますが、こういった情報を地域で活動する高齢者の見守り等の福祉関係団体等に届け、情報を活かせるようにすることも重要です。

エ 「消費者市民社会」形成に資する視点を盛込んだ消費者教育の整理、事業推進の必要性

これまでの本市の消費者教育は、主に経済局、消費生活総合センター、学習指導要領に基づく部分は学校で実施していました。

一方、環境や食育など関連する分野の教育には、複数の区局が取り組んできましたが、それぞれの目的ごとに実施されてきたのが実情です。

この度、新たな消費者市民社会の形成という視点を付加することで、それらの連関が明示され、より一層の連携の推進が可能になりました。

そこで、国が示すライフステージごとの特徴、目標を参考に、「消費者市民社会」の形成という視点を盛込んで施策・事業を整理し、事業を推進していく必要があります。

エとオを統合

(1) 関連部局との連携

現在も各区局ごとに実施

一方で、必要に応じて連携して事業を推進

(2) 各種団体との連携

分野横断的な連携

本文を簡潔に整理し、「消費者市民社会」についての説明をコラムで追加

【参考】本市が行ってきた消費者教育

①消費者行政担当部門での消費者教育

- 教育委員会事務局と連携した、市立小中学校及び高等学校への出前講座、教員研修、PTA 親子講座、教材配布等【学校対象】(経済局)
- 消費生活推進員の地区活動用消費者教育・啓発用教材作成【地域対象】(経済局)
- 成人式に配布するリーフレットでの消費者教育・啓発【学校・地域対象】(経済局)
- 出前講座、消費生活教室等の講座形式の消費者教育・啓発事業【地域・職域対象】(横浜市消費生活総合センター)
- 消費者教育・啓発用パンフレット等の作成及び配布【学校・地域対象】(横浜市消費生活総合センター)
- 子ども消費生活セミナー、簡易テスト指導教室等による消費者教育【家庭・学校】(横浜市消費生活総合センター)
- 消費者団体等による啓発及び消費者教育【学校・地域対象】(経済局)

②その他の部門での主な消費者教育

- 市立小中学校及び高等学校における消費者教育(主に社会科、公民科、家庭科及び技術・家庭科)【学校対象】(教育委員会事務局)
- 地産地消の知識普及等【学校・家庭・地域対象】(環境創造局課)
- ヨコハマ3R夢プランの普及啓発【学校・家庭・地域対象】(資源循環局)
- 食育推進事業【学校・家庭・地域対象】(健康福祉局、子ども青少年局、教育委員会事務局)

オ 「消費者市民社会形成」に資する視点による担い手との連携、協働の必要性

地域には消費生活関連分野にかかわる活動を行う市民団体やNPO等が多数存在し、それぞれ特色を持って地域で活動しています。しかし、団体と地域との連携や、団体間の連携、本市と団体との協働が十分ではない状況であるため、各種団体との情報共有や連携を深め、対象者や地域特性に合った事業を展開していくことが望まれます。

経済局ではこれまでも、消費者団体等民間団体との協働事業を実施してきましたが、経済局の事業では、悪質商法被害未然防止に資する教育啓発講座や相談事業での協働が中心でした。

今後は、さらに消費者市民社会の形成に資する活動をしている団体との連携、協働を進めていく必要があります。

エに統合

3 横浜市消費者教育の方向性

改訂版方向性の柱をベースに書きぶりを修正（解説はコンパクトに）

本市で今後、どのように消費者教育に取り組んでいくのかという方向性の柱を示します。

なお、この「方向性」は、急激な社会情勢の変化や計画の進捗状況、国の消費者教育に関する施策の動向等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うこととします。

方向性 1 効果的な情報発信の強化

消費者教育・啓発に関する情報発信力を強めていきます。

- (1) 様々な媒体、機会を利用して、
 - ・消費生活相談窓口である横浜市消費生活総合センターの周知
 - ・消費者教育・啓発となる情報の確実な伝達
 - ・「消費者市民社会の形成」という理念の浸透等に関する情報発信力の充実を図り、より効果的な消費者への情報提供について検討し、進めていきます。
- (2) 高齢であったり障害特性等により、自ら情報にアクセスすることが困難な方への、家族や支援者など周囲の方も含めた情報伝達について検討し、進めていきます。

方向性 2 横浜市消費生活推進員等による地域での啓発の活性化

地域に根差したきめ細やかな啓発の重要な担い手としての活動に必要な支援を行うことにより、地域での啓発の活性化を進めていきます。

- (1) 相談事例や被害の実態、法令知識、「消費者市民社会形成」の理念、教材を活用した出前講座体験、啓発講座の企画実習などを段階的に学ぶ研修の充実を図ります。
- (2) 刻々と変化していく消費者被害に対応した教材開発への支援を行います。
- (3) 地域団体や福祉関係団体等との調整や連携推進力をつけるための研修を実施し、地域活動実践力を持った担い手づくりを進めます。
- (4) 消費生活推進員が不在となっている区においては、消費者団体等との連携により、地域への啓発を強化します。

方向性 3 高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育の推進

高齢者や障害者、外出困難者など当事者に対する啓発・情報提供強化を図ります。

- (1) 年代や障害特性を考慮した効果的な教育・啓発教材の検討をします。
- (2) 当事者と日ごろ接している家族や支援者などを介した啓発強化の方法等を検討し、進めていきます。
- (3) 福祉部門、特別支援教育部門と連携した情報提供等の検討を進めていきます。

方向性 4 生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進

「基本方針」で推奨された「消費者教育の体系イメージマップ」を参考に、消費者教育を総合的に推進します。

推進するにあたっては、行政、市民、消費者団体等及び事業者等が共に学んでいくという視点を意識していきます。

【 領 域 】	【 対 象 (年代、範囲等) 】
(1) 学校等における消費者教育の推進	ア 幼児期における消費者教育の推進 イ 小学校、中学校期における消費者教育の推進 ウ 高等学校における消費者教育の推進 エ 大学・専門学校等における消費者教育の推進 オ 障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進
(2) 地域社会における消費者教育の推進	ア 高齢者に対する消費者教育の推進 イ 障害者に対する消費者教育の推進 ウ 若者に対する消費者教育の推進 エ 成人一般に対する消費者教育の推進
(3) 家庭における消費者教育の推進	ア 健やかな暮らしに関する消費者教育の推進(食育等) イ 危害・危険から身を守るための消費者教育の推進 ウ 情報社会のルール・モラルの啓発・教育
(4) 職域における消費者教育の推進	ア 消費者であるとともに家庭人・地域人でもある社員への消費者教育の推進 イ 企業が消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供 ウ 企業としての社会的責任意識を高める教育

(1) 学校等における消費者教育の推進

ア 幼児期における消費者教育の推進

就学前の幼児期では、生活の場の多くが家庭または地域であり、家族や周囲へ関心を持ち、生活上の決まりやルールなどを覚えていく時期に当たります。

幼児に対しては、わかりやすく興味を引くような方法による啓発を進めます。

一方、幼児期においては、階段やベッドなどからの転落、風呂場での溺水、調理器具や暖房器具等によるやけど、たばこやボタン電池などの誤飲・誤えんなど、身体・生命にかかわるトラブルに遭う恐れが高いため、幼児に対するほか、保護者に対して子どもの安全を守るための身の回りの危険に関する知識の普及啓発を推進します。

また、健やかな成長のための食育に関する普及啓発についても推進します。

イ 小学校、中学校期における消費者教育の推進

小中学校では学習指導要領に基づき、主に社会科や家庭科及び技術・家庭科において消費者教育に関する内容が充実されました。消費者教育はまさに生きる力を身に付ける教育であることから、学校で学んだことを実践することができるよう、授業に実践型、体験型学習の形式を取り入れたり、保護者と児童・生徒双方に対する消費者教育を授業参観やPTAの生涯学習の場で実践するなど、学校教育と家庭教育との連携を強化する取組を検討し、推進します。

ウ 高等学校における消費者教育の推進

高等学校においても学習指導要領に基づき、公民科や家庭科のカリキュラムで消費者教育に触れられています。高校生は卒業後就職したり一人暮らしを始めたりする場合もあり、消費者被害に遭う危険が高まります。

このため、高等学校において、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解し、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むよう推進していきます。

高校生が主体的に消費者教育に取り組む意向がある場合には、その主体性を尊重し、活動の推進に資する知識を啓発し、教材、情報提供等の支援を行います。

エ 大学・専門学校等における消費者教育の推進

大学、専門学校等では未成年者と成年者が混在しており、消費者の権利と責任が大きく変化するため、啓発物の配布やオリエンテーション時の啓発の実施などによる取組を推進します。

サークル活動やボランティア活動等の活動内容によっては、消費者市民社会の形成に参画したり、消費者教育の担い手になる可能性も大きいいため、講座等の共催や地域情報等の提供、協働による教材開発ができないかなどの検討等を行います。

オ 障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進

学校教育における消費者教育は、障害の有無に関わらずすべての幼児・児童・生徒を対象として、「社会の一員として、よりよい市場、よりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者」の育成、「消費者市民社会」の構築を目指しています。

障害のある幼児・児童・生徒への消費者教育においては、一人ひとりの障害特性や発達段階に応じて、適切な指導内容を選定し、将来の自立した消費者としての生活を見据えて系統性のある指導・支援を行っていくことが重要です。

そのために、様々な障害特性に合わせた教材や指導方法等の工夫を蓄積し活用していくための体制づくり、指導者の研修・育成について検討し、推進していきます。

【コラム⑤】「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」（平成 23 年 3 月、文部科学省）に示された消費者教育の目的

- ①消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ。
- ②自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。
- ③消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

(2) 地域社会における消費者教育の推進

ア 高齢者に対する消費者教育の推進

高齢者が消費者被害に遭いやすい状況があることから、重要なターゲットとして、消費の視点で見守りが必要な高齢者等への取組を推進していきます。

一方、横浜市の高齢者 82 万人のうち 48 万人の方は、介護支援等を必要としない元気な高齢者です（『よこはま地域包括ケア計画』）。

また、平成 25 年度横浜市高齢者実態調査では、65 歳から 74 歳の前期高齢者の 31.6% は仕事に就いており、そのうちの 12.8% の方はほぼ毎日就労されています。さらに、75 歳以上の後期高齢者の 11.5% は仕事に就いています。

65 歳以上の多くの方々は、就業等を第一線とする生活から地域に重点をおく生活にシフトし、これまでに培ってきた知識や経験を地域活動に発揮しつつあります。このような方々が、消費者市民社会の視点をもって支援を要する高齢者を見守るなど、双方に高めあえるよう、必要な情報提供等の活動側面支援等を実施していきます。

イ 障害者に対する消費者教育の推進

障害者は、消費者トラブルに巻き込まれないように見守りや支援を受けるだけでなく、主体的に意思決定を行い自ら考え自立した消費者市民として生活する権利を有しています。

そのためには、学校教育における消費者教育の充実だけでなく、卒業後の地域生活における消費者教育の場を整備し、地域での支援者・相談者とのつながりを強化する等、変化の激しい社会においても安心していきいきと消費生活を送ることができる環境づくりを行うことも必要です。

そこで、地域での障害者への消費者教育を行う人材の育成や、既存の支援団体等との連携を推進します。

ウ 若者に対する消費者教育の推進

若者については、その大半が就学または就労している可能性が高いため、地域社会における消費者教育とのかかわりが薄いのが現状です。若者に対する消費者教育は、主に大学・専門学校といった学校教育で推進していきます。

一方、地域には、消費者関係法や家政学等を学んでいる学生や消費者問題に取り組む学生サークル等が存在しています。彼らと地域社会を、例えば、子ども会活動やジュニアボランティア等と結びつけることで、新たな消費者教育の視点を持った事業について検討を進めていきます。

エ 成人一般に対する消費者教育の推進

成人一般に対しては、消費生活総合センター、消費生活推進員、事業者団体等による普及啓発活動がこれまでも行われてきました。今後は、これまで単体、単発的に行われた各種事業を共催などにより、より効果的に行うなどの工夫をしていきます。

また、外国人に対しても、地域に暮らしながら日本の商取引習慣に関する情報や知識を得られるように、地域で関わっていかれる方法等を検討していきます。

(3) 家庭における消費者教育の推進

ア 健やかな暮らしに関する消費者教育の推進

金銭管理や物を大切にすることのほか、環境に配慮した行動等については、家庭での教育が重要であることから、これらの情報、知識の普及啓発を促進します。特に、子どもを育てる場面においては食育が重要であることから、食育に関する情報発信も行います。

イ 危害・危険から身を守るための消費者教育の推進

特に乳幼児期においては生命、身体への重大な被害が発生する恐れがあることから、保護者に対してこのような危害情報を発信します。

保護者は子どもに、被害から身を守ることなどを最初に教える立場にあるため、こうした情報についても積極的に周知します。

また、家庭には介護や見守りを必要とする家族がいる可能性もあるため、見守る立場に必要な消費者問題解決の知識の普及啓発を進めていきます。

ウ 情報社会のルール・モラルの啓発・教育

情報社会において、携帯電話やスマートフォン等の機器を所有する年齢も低年齢化しています。これらの機器の操作性も簡便化されてきており、誤ってボタンをクリックするなど、比較的容易な方法で出会い系サイトやアダルトサイト、海外通販サイト等に誘導され、消費者トラブルに遭ってしまうことがあります。契約にまつわるトラブル以外にも、個人情報保護や著作権侵害などのトラブルに遭う危険性もあります。

また、未成年者のオンラインゲーム利用によるトラブルも多発しています。保護者には情報リテラシーを養うためのルール、オンラインゲームの仕組み、契約の意義と契約に伴い生じる責任等について子どもに教える必要があるため、これらについて必要な情報提供や啓発を進めていきます。

(4) 職域における消費者教育の推進

ア 消費者であるとともに家庭人・地域人でもある社員への消費者教育の推進

職場では、サービスや製品等の供給者・提供者側としての立場で消費者と対峙しますが、職場を離れば、すべての人は消費者であり、さらに家庭人であり地域に暮らす人です。

そのため、企業の社員教育として消費者教育に取り組むことはとても意義があります。このような場面への教材、資料提供や、講師の紹介などにより事業者における社員への消費者教育の推進を図ります。中でも、社会人経験の浅い若者や定年退職を控えた年齢層においては、その年代に多いトラブルを回避することを目指し、年代に即した普及啓発を推進します。

イ 企業の顧客満足度（CS）向上に向けた情報提供

企業が消費者の声を聞いて製品やサービスの改善に反映することは、事業活動を継続させるためだけでなく、消費者市民社会の形成にとっても重要です。市内企業の99%が中小企業であり、CS推進の仕組みが整っていない場合もあることから、企業のCS推進に意義があることについて情報提供等をしていきます。

ウ 企業としての社会的責任意識を高める教育

あらゆる組織は、組織活動が社会及び環境へ与える影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダー（利害関係者）からの要求に対して適切な意思決定をすることが必要であり、これは組織の社会的責任（CSR）と言われています。

社会的責任意識を高めることは、社会からの信用が高まる、組織の知名度の向上などのほか、企業の従業員の士気向上などにもよい影響を果たすものです。

CSR活動の推進は、持続可能な社会を築くためにも重要な要素であることから、このことに対する企業の理解を深め、企業が社会的責任意識を高める教育を社員に対して積極的に実施できるように必要な情報提供や教材支援などを行います。

【コラム⑥】社会的責任（Social Responsibility）について

*国際規格としてISO26000がある。

〈社会的責任とは〉

- 組織活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して組織が担う責任
- 様々な組織が持続可能な社会への貢献に責任をもつ
- 企業の社会的責任＝CSR（＝Corporate Social Responsibility）

〈社会的責任を果たすための7つの原則〉

- ①説明責任 ②透明性 ③倫理的な行動 ④ステークホルダーの利害の尊重
- ⑤法の支配の尊重 ⑥国際行動規範の尊重⑦人権の尊重

〈社会的責任を果たすメリット〉

- 社会からの信頼を得る ○法令違反などによって事業継続が困難になることを回避
- 組織の評判、知名度、ブランドの向上
- 資金調達の円滑化、販路拡大、安定的な原材料調達
- 従業員の採用・定着、士気向上、健全な労使関係への効果
- 消費者とのトラブルの回避、その他ステークホルダーとの関係向上

方向性5 担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

担い手の育成や活動支援、協働の推進、関連分野との連携により、消費者教育を総合的に推進します。

【推進項目】	【推進項目の内容】
(1) 学校教育における教員研修や教材開発支援	ア 研修機会の提供や情報提供 イ 指導事例の検討や事例集作成などの推進 ウ 他の担い手との連携の促進
(2) 消費者被害防止に加え、消費者市民社会構築にむけた企業や各種団体等との協働の推進	ア 消費生活に関する担い手と地域との連携 イ 各種市民団体、NPO等との協働 ウ CSR活動としての消費者教育支援、情報共有
(3) 関連分野との連携	ア 関連する教育との連携 イ 関係団体との連携推進

(1) 学校教育における教員研修や教材開発支援

ア 研修機会の提供や情報提供

従前から学校教育の場では消費者教育が行われており、関わる教師の研修受講等が行われていましたが、参加者が一部に限られたり、消費者行政部門及び教育部門それぞれで研修を開催しているなど、相互連携が不十分でした。

そこで、消費者行政部門と教育部門の情報共有を強化し、共催で研修を実施したり、他機関、外部機関の研修情報等を整理して情報提供するなど、関わる教師への情報伝達を円滑に行います。

イ 指導事例の検討や事例集作成などの推進

消費者行政部門及び教育部門が連携し、カリキュラムの限られた時間の中でも効果的に授業実践ができる教材の開発や指導事例集の作成等を検討します。

ウ 他の担い手との連携の促進

学校における消費者教育の推進には、消費者教育だけではなく、地域の消費者団体や消費生活推進員、学生協働ボランティア等との連携、啓発教材を作成し普及啓発活動を行っている事業者や、弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家との連携を促進することにより効果的な消費者教育に取り組みます。

(2) 消費者被害防止に加え、消費者市民社会構築にむけた企業や各種団体等との協働の推進

ア 消費生活に関する担い手と地域との連携

各区では地域の実情に応じた構成員、内容による見守り活動のネットワーク化が進められていますが、多くの地区では福祉保健や防犯の視点からのネットワークとなっています。また、すべての地区がこのようなネットワーク化をされているわけではありません。

見守りを要する状態の人が消費者トラブルに遭う危険が増加しているため、消費生活推進員や消費者団体等がこのネットワークに参画することにより、訪問販売や電話勧誘販売などの表面化しにくい消費者トラブルの未然防止や被害の早期回復を目指します。あわせて、これらの担い手がネットワーク構成員に対して消費者知識の普及啓発を行います。

ネットワーク化が進んでいない地区に対しては、地域包括支援センターや地区社協などとの連携をより進めながら、見守りや情報発信の担い手の拡充を図ります。

イ 各種市民団体、NPO等との協働

地域で活動する市民団体やNPO等については、本市と団体、団体と地域、団体間の情報共有や連携を深め、対象者や地域特性に合った事業を展開していく方法について検討し、推進します。

ウ CSR活動としての消費者教育支援、情報共有

企業の中には、CSR活動の一環で、自らの事業活動を基礎として、金融や環境の分野の出前講座を学校で開催し、そのことが消費者教育にも貢献している事例があります。こうした企業の活動事例の収集に努め、CSR活動に関心がある企業への情報提供をしていきます。

(3) 関連分野との連携

ア 関連する教育との連携

消費者教育推進法第3条において、「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携を図ること」が求められており、これらの教育と連携しながら消費者教育を効果的に推進します。

(ア) 環境教育との連携

地球温暖化や生物多様性の喪失など、人類が将来の世代にわたり、自然の恵み豊かな生活を確保するための基盤となる環境は、人間の経済活動等により年々損なわれつつあります。こうした課題に対応するために市では環境教育を推進しています。消費行動が環境に及ぼす影響は大きく、環境教育は消費者教育との関連が深い分野であるため、連携を深めていきます。

【コラム⑦】 横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」について

「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」が平成27年4月1日に施行されました。

時代の変化に応じた自然環境と共生しながら後世に農業を継続することを基本とし、安全で安心な市内産農畜産物の提供による市民の健全な食生活の確保並びに6次産業化などによる農畜産物の付加価値向上につなげるため、基本的事項を定め、横浜市、生産者、事業者及び市民が協力して取り組むことを定めています。



(イ) 食育との連携

食の安全性に関する知識や理解を深めるほか、食に関するマナーの習得や地産地消等は持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題と重なることから、連携を深めていきます。本市では、「横浜市食育推進計画」に基づいた各種の施策を実施していきます。

(ウ) 金融教育との連携

金融や経済についての知識の他、家計管理や長期的な生活設計を行う能力、保険商品などの金融商品の適切な利用・選択を行える能力を身に付けることは、自立した消費生活を営む上で不可欠な要素であり、かつ消費者教育の重要な要素であることから、金融教育との連携を進めていきます。

(エ) 国際理解教育との連携

国際理解教育は、国内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚する点において、消費者市民社会の形成に向けた教育と関わるため、連携を進めるほか、在住外国人に対する日本の消費文化、慣行等の理解促進も図ります。

(オ) 法教育との連携

商品やサービスの自由な選択と契約をすることの意味を考え、理解することは、自立した消費生活を営むために欠かせないことであるため、法教育との連携を進めます。

イ 関係団体との連携推進

福祉部門の関係団体、弁護士等の専門家、関連する団体等との連携を推進していきます。

4 推進体制

基本的に変更なし 必要に応じて時点修正

本市の消費者教育を推進するに当たっては、消費者庁等国の関係する機関の動向等を踏まえた上で、圏域を包括する神奈川県とも協力しながら推進していきます。

また、庁内外の関係機関や団体等と連携し、外部からの御意見もいただきながら、総合的に推進していきます。

(1) 横浜市の消費者教育推進の拠点

「基本方針」では、消費生活センターを消費者教育センターと位置付けて消費者教育の拠点とすることが期待されています。

本市では従前から、消費者行政全般を所管する経済局消費経済課の他、横浜市消費生活総合センター及び各区地域振興課において消費者行政にかかわる事務を分掌し、相互に連携をしながら施策を実施してきました。

今後も、これらの部門が相互補完し、連携することにより、「消費者教育センター」の機能を担い、各種の制度、施策、主体、担い手等の有機的・総合的活動の推進母体としていきます。

(2) 横浜市消費者教育推進庁内連絡会議

庁内関連区局との総合的な連携を推進するために、消費者教育、関連分野の施策・事業実施区局を構成員とする「横浜市消費者教育推進庁内連絡会議」を設置します。

消費者教育推進地域協議会からの意見・情報提供を共有し、この「方向性」を踏まえて毎年度策定していく「横浜市消費者教育推進計画（※）」案の策定、実績の振り返りを行います。

また、事業の共催、連携による効果的な教育・啓発の検討等をしていきます。

※「横浜市消費者教育推進計画」

消費者教育推進法第 10 条に定める「地方自治体が作成に努めること」とされた市町村消費者教育推進計画に該当するものです。

消費者教育推進法第 20 条に基づく横浜市消費者教育地域協議会の意見を反映しながら策定し、横浜市消費生活審議会に報告して実施していきます。

(3) 横浜市消費者教育推進地域協議会

消費者教育推進法第 20 条第 1 項において、都道府県及び市町村には消費者教育の推進のために消費者教育推進地域協議会（以下「地域協議会」とします。）を設置することが努力義務とされています。

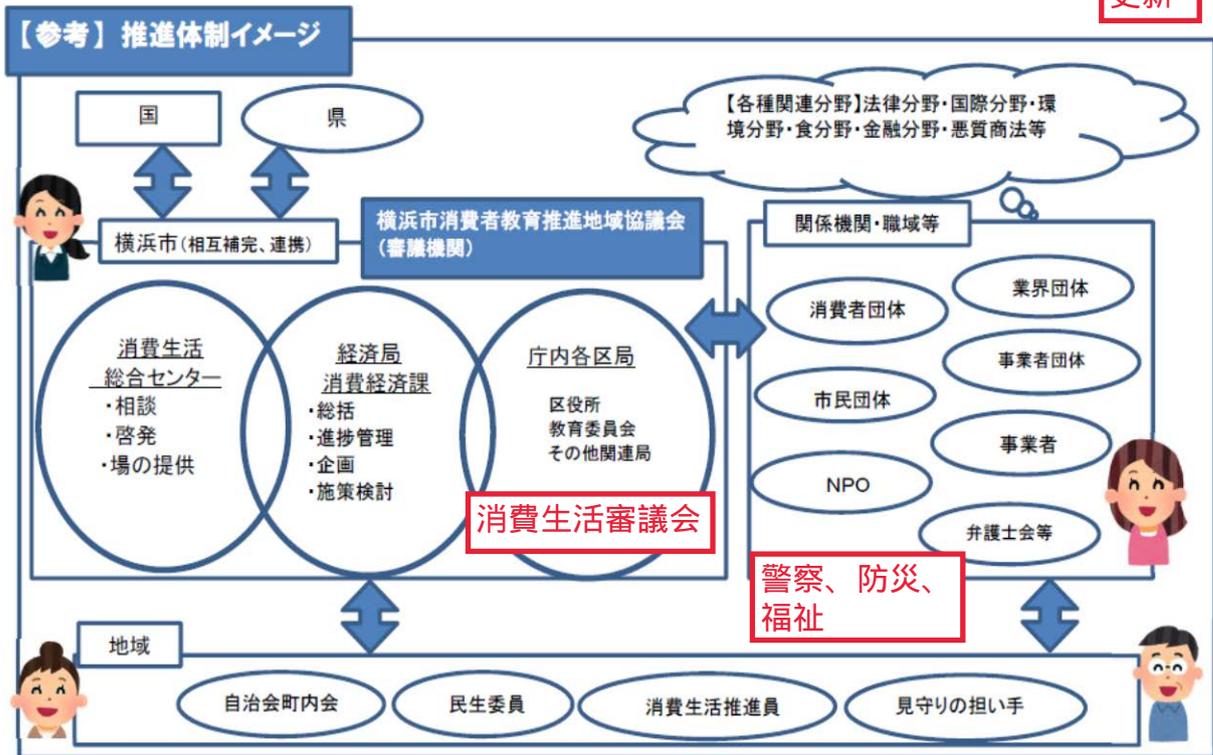
この地域協議会は、①自治体の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと、②市町村消費者教育推進計画の策定及び変更に関して意見を述べること、が役割とされています。

本市では、平成 26 年 12 月に、附属機関である横浜市消費生活審議会の部会の一つとして、また、消費者教育推進法に定める地域協議会として、横浜市消費者教育推進地域協議部会を設置しました。

構成員は、学識経験者、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、横浜市消費生活総合センターのほか、国際交流関係団体や高齢者関係団体の関係者としています。

今後、委員間の情報共有を行い、様々な視点から本市消費者教育施策へのご意見をいただいております。

本体会を協議会とする書きぶりに修正



横浜市消費者教育推進の方向性
平成 27 年(2015)9月

横浜市経済局消費経済課
〒231-0017 横浜市中区港町1-1
TEL671-2568 FAX664-9533

- 消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条に基づき、内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成。消費者教育推進会議及び消費者委員会からの意見聴取等を経て、閣議で決定。（平成25年6月に決定し、平成30年3月に変更）
- 基本方針＝消費者教育の担い手（国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身）にとっての指針。

I 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く現状と課題

- ・消費者の多様化（高齢化、成年年齢引下げ、孤独・孤立の顕在化等）
- ・デジタル化の進展（商品取引・サービス利用形態、情報取得・発信の変化等）
- ・持続可能な社会実現に向けた気運の高まり（食品ロス削減、カーボンニュートラル、プラスチック資源循環、サステナブルファッション等）
- ・自然災害等の緊急時対応（コロナ禍における不確かな情報の拡散等）

→ 消費者の自立支援＝合理的意思決定ができ、被害に遭わない
+ より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成（消費者市民社会の形成に参画） → **SDGsの達成にも不可欠**

・消費者のせい弱性への対応、個人のWell-being向上の観点

II 消費者教育の推進の基本的な方向

今期の基本方針における基本的視点

- ・「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
- ・消費者の多様化等を踏まえきめ細やかな対応
- ・デジタル化への対応
- ・消費者市民社会の一員としての行動を促進

- 体系的推進のための取組の方向
 - ・幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的・継続的な実施
 - ⇒広く社会で、消費者の継続的な学びと考える力の獲得を支援することが重要
 - 行動経済学や心理学の知見も踏まえ、まずは消費者が自身を知ること促す観点も重要
 - ・消費者の多様な特性（年齢、性別、障がいの有無、国籍など）に応じたアプローチ
 - ⇒不安をあおって契約させる商法（靈感商法）等、被害に遭いやすい手口・手法等について注意喚起、若年者等が相談しやすいメールやSNS等による消費生活相談の支援、多様な高齢者の実態やデジタル化を踏まえた一層の工夫、など
 - ・デジタル化に対応した消費者教育の推進
 - ⇒トラブルを回避する知識、批判的思考力、適切な情報収集・発信能力の重要性の高まり
 - ポータルサイトでの情報提供・連携促進、最新のトラブル事例や教材の提供による担い手支援
 - ・消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供
 - ⇒社会的課題を自分事として捉え、消費行動により課題解決ができるよう積極的に情報提供
 - デジタルを活用した消費者自らの情報収集、相互へ伝え合う活動の促進
 - 緊急時には、不確かな情報に基づく行動への注意喚起、適切な意見の伝え方等、合理的判断をするために必要な情報を提供

- 各主体の役割と連携・協働
 - ・国と地方公共団体
 - ・消費者行政と教育行政
 - ・地方公共団体と消費者団体、事業者等
 - ・消費者と事業者

地域における多様な主体間のネットワーク化（結節点としての消費者教育推進地域協議会、コーディネーター）

- 他の消費生活に関連する教育との連携推進（金融経済教育・法教育・情報教育・環境教育・食育・主権者教育等）

III 消費者教育の推進の内容

	様々な場における消費者教育	人材（担い手）の育成・活用
学校	（小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等） ・成年年齢引下げを踏まえつつ、学習指導要領の趣旨や内容の周知・徹底 ・外部講師の活用の促進 ・デジタル教科書等に対応した教材提供 ・教科横断的な実践等好事例の周知	（小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等） ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進
学校	（大学・専門学校等） ・消費者教育の次世代の担い手育成の視点 ・学生主体による啓発活動等の取組事例の収集・提供 ・マルチ等消費者被害に遭いやすい類型・手法の知識の提供	（大学等） ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進
地域社会	・消費生活センターが啓発活動やコーディネート機能を担うよう体制整備 ・社会教育施設等の活用 ・見守りネットワーク、消費生活協力員・協力団体等の仕組みを活用した推進 ・誰一人取り残されないデジタル化への対応	・消費者団体・NPO等による消費者教育 ・地域で活動する団体の情報提供等の支援 ・国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の担い手育成拠点化のための、情報提供、消費生活相談員の資質向上に向けた支援
家庭	・保護者が正しい知識を身に付け、普段から子供と家庭内で話すことで消費者被害を予防 ・家庭内で高齢者と情報共有、連携	（消費者） ・優良事例の提供、消費者月間等を活用した周知啓発により消費者の自主的な相互の学びの取組を支援
職域	・事業者のニーズも踏まえつつ、事業者による従業員への消費者教育の意義、メリットを整理 ・事業者向け消費者教育プログラムの開発 ・積極的に取り組む事業者の奨励	・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に期待

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

消費者教育コーディネーターの配置・育成

- ・多様な関係者や場をつなぐ重要な役割
- ・コーディネーター会議の開催による課題や目標等の抽出、地域ごとに直面する課題の共有

国による連携・協働の働きかけ

- ・若年者と地域の消費者団体、社会的課題の解決に取り組む事業者・事業者団体等による協働や、ネットワーク構築の促進

IV 関連する他の消費者施策との連携

- ・食品と放射能に関する理解増進
- ・事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明 など

V 今後の消費者教育の計画的な推進

KPIの検討・設定

- ・実態調査や関係省庁のデータ等をいかしつつ、適切な指標を検討
- ・地方公共団体の推進計画での設定も促す

・都道府県、市町村の地域の特性に応じた推進計画策定等の推進・支援

・社会経済情勢の変化等に対応するため必要に応じ基本方針の変更を検討

※「令和3年の地方からの提案等に関する対応方針」（令和3年12月21日閣議決定）に基づき、消費者基本計画との対象期間を一致させるため、今期基本方針に限り7年間とした。

「許さんぞ！消費者トラブル!!」 3人の蝶野が喝！ポスターで市民に注意喚起！

横浜市は、近年増加傾向にある「悪質商法」や「特殊詐欺」の未然防止を目的に、神奈川県警察と連携し、プロレスラーの「蝶野正洋」氏を起用した「許さんぞ！消費者トラブル!!」ポスターを制作しました。

高齢者から若年層まで、世代別に多い被害事例をもとに3種類を展開します。

市内商店街・横浜市薬剤師会・神奈川県生活協同組合連合会・イオンリテール株式会社(横浜市との包括連携協定に基づいた掲載協力)など、地域の皆様のご協力のもと、市内の店舗、薬局、福祉施設、学校、公共施設等に幅広く掲出し、「地域のみんな」で消費者を見守ります。

1 ポスターデザイン



▲全年齢向け



▲高齢者向け



▲若年層向け

2 ポスター掲出概要

- 掲出予定枚数
約 8,000 枚(市内約 2,200 か所に掲出依頼)
- 掲出期間
令和7年10月以降に各所へ発送し、令和8年3月末まで(予定)
- 掲出場所(横浜市内)※掲出の状況や期間については、各店舗・施設等の運営状況により異なります。
市内商店街、生活協同組合の店舗、イオン各店舗、薬局、中学校、高校、大学、福祉施設、地域ケアプラザ、公共施設(区役所、スポーツセンター、地区センター、図書館)等

3種の啓発ポスターは、横浜市のウェブサイトからダウンロードできます。→
<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/sumai-kurashi/shohiseikatsu/kyoiku/akushitsushoho.html>



※本件は、横浜経済記者クラブへも同時発表しています。

お問合せ先
経済局消費経済課長 島山 重徳 Tel 045-671-2584



GREEN X EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月~9月 横浜・上瀬谷



～横浜市・川崎市『悪質商法対策強化合同キャンペーン』【横浜市取組】～

プロレスラー「蝶野 正洋」^{ちやうの まさひろ}氏を起用した悪質商法の注意喚起動画を
各種 WEB 広告・駅構内等で放映・配信します

悪質商法の被害未然防止及び被害救済を図るため、横浜市と川崎市で「悪質商法対策強化合同キャンペーン」を実施します。

横浜市は、プロレスラーの「蝶野 正洋」氏を起用した注意喚起動画を制作しました。悪質商法について注意喚起するとともに、契約等でトラブルにあった場合の相談先として横浜市消費生活総合センターを周知するため、各種WEB広告や駅構内サイネージ等を通じて呼びかけます。

横浜市・川崎市『悪質商法対策強化合同キャンペーン』 概要

- 期間: 令和7年 12 月1日(月)～12月 26 日(金)
- 内容: 悪質商法対策広報PR事業(動画による啓発活動)

横浜市 プロレスラー「蝶野 正洋」氏を起用した注意喚起動画の放映・配信
(このほか、横浜市消費生活総合センターの啓発キャラクター「はまのタスケ」を起用した動画も放映・配信予定です。)

川崎市 川崎市消費者行政センターキャラクター「てるみ～にゃ」PR アニメ動画放映・配信
※詳細は、ホームページをご確認ください。

<https://www.city.kawasaki.jp/280/page/0000181799.html>

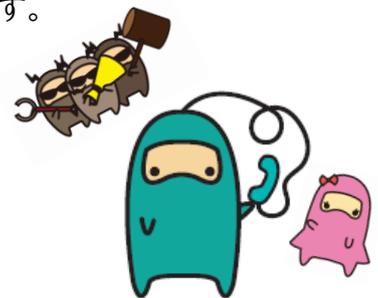
横浜市取組 概要～悪質商法の注意喚起動画の放映・配信～

プロレスラーの「蝶野 正洋」氏にご出演いただき、悪質商法の注意喚起動画を制作しました。「悪質商法に気をつけろ！」というメッセージを広く発信し注意喚起を呼びかけるとともに、契約トラブル等で困ったときの相談先として、横浜市消費生活総合センターを周知します。

また、このほか、横浜市消費生活総合センターの啓発キャラクター「はまのタスケ」を起用した悪質商法に対する注意喚起動画も制作し、順次放映・配信していきます。



<動画イメージ>「蝶野 正洋」氏出演動画



横浜市消費生活総合センター
啓発キャラクター「はまのタスケ」

裏面あり



GREEN × EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月～9月 横浜・上瀬谷

●制作した動画は、横浜市消費生活総合センターのホームページ(特設ページ)及びYouTubeチャンネルでご覧いただけます。



・「蝶野正洋と一緒に防ごう！消費者トラブル」特設ページはこちら
<https://www.yokohama-consumer.or.jp/news/2025/detail2391.html>

・横浜市消費生活総合センターYouTube チャンネルはこちら
<https://www.youtube.com/@YokohamaConsumer>



<動画放映・配信媒体及び期間(予定)>

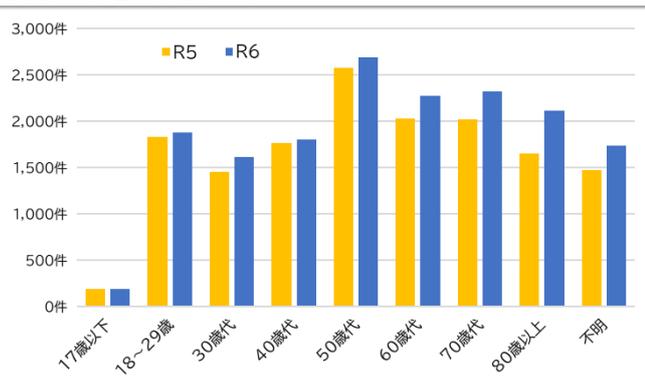
広告形態	媒体名	放映期間
WEB 広告	YouTube 広告	12月15日頃～1月31日
	Instagram 広告	12月15日頃～1月31日
	LINE 広告	12月15日頃～1月31日
交通 広告	市営地下鉄横浜駅 デジタルサイネージ	12月22日～1月18日
	市営地下鉄新横浜駅 デジタルサイネージ	12月22日～1月18日
	みなとみらい線 馬車道駅ホームドアビジョン	12月22日～1月18日
	みなとみらい線 元町中華街駅ホームドアビジョン	12月22日～1月18日
	京急上大岡駅 改札外デジタルサイネージ	1月1日～1月31日
	JR 戸塚駅 NewDaysビジョン	1月1日～1月31日
	JR 桜木町駅 J・ADビジョン	1月5日～2月1日

その他、横浜市役所及び各区役所のデジタルサイネージ、横浜市消費生活総合センターホームページ・YouTube チャンネル等で放映・配信予定

(参考)横浜市の消費生活相談の状況

世代別の消費相談受付件数(電話・面接のみ)

	R5	R6	差引
17歳以下	190件	192件	2件
18～29歳	1,832件	1,883件	51件
30歳代	1,457件	1,617件	160件
40歳代	1,769件	1,804件	35件
50歳代	2,572件	2,691件	119件
60歳代	2,034件	2,272件	238件
70歳代	2,017件	2,322件	305件
80歳以上	1,657件	2,116件	459件
不明	1,476件	1,741件	265件
合計	15,004件	16,638件	1,634件



点検商法の相談件数



点検商法とは

…業者が突然来訪し、屋根や給湯器、分電盤などを「無料で点検します」と言って点検し、「雨漏りして大変なことになる」「漏電して火事になる」などと不安をあり、不要な修繕工事等の契約を迫る手口

- ・消費生活相談の件数は全世代で増加(令和5年度→令和6年度)
- ・点検商法によるトラブルの相談の増加が特に顕著

※本件は、横浜経済記者クラブへも同時発表しています。

お問合せ先		
経済局消費経済課長	畠山 重徳	Tel 045-671-2573



GREEN×EXPO 2027
YOKOHAMA JAPAN

2027年国際園芸博覧会 2027年3月～9月 横浜・上瀬谷



令和6年度 消費者被害救済部会 付託案件検討状況について

1 検討案件について

(1) 概要

訪問販売事業者による、太陽光発電機および給湯器の設置契約トラブル

(2) 相談内容

訪問販売事業者との間で、太陽光発電機と給湯器で計500万円の設置契約をし、頭金として200万円を現金で支払い、残りの300万円はローンを予定していた。

契約後に、工事業者による現地調査が実施されたところ「構造上、給湯器の設置ができな

い」と伝えられたため、後日、給湯器を除いて再契約を行うことになった。

しかしながら、その後の再契約が行われぬまま突如、工事業者が再度来訪したため、契約前であることを伝えて工事を断った。

その後、早急に契約書を交付するよう事業者へ依頼したものの書面が届かず、不審に思ったため解約を申し出た。

(3) センターでのあっせんにおける双方の主張

<消費者の主張>

契約の解除と頭金200万円の返金希望 ※書面不交付でクーリングオフの通知済み

<事業者の主張>

既に給湯器を102万円で仕入れているので、返金は差額の98万円のみ応じる。

2 付託要件の適否

本件については、委員のご助言も踏まえて総合的に検討を行った結果、以下の点などから付託要件に適合するものと判断し、付託に向けた調整を開始しました。

- ・有効な契約書面が交付されていないのにも関わらず、クーリングオフに応じない事業者を看過することは、他の事案にも影響を及ぼす点
- ・民法上の観点からも、設置ができない給湯器の代金を事業者が取得することは不当である点
- ・一消費者にとって大きな支払金額である一方、費用面から訴訟の提起が事実上困難である点

【参考】付託の要件

- ①横浜市消費生活総合センターにおいて助言その他の措置をとったにもかかわらず、解決することが困難な紛争であること。
- ②市民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又及ぼすおそれのある紛争であること。
- ③当該案件について紛争当事者から訴訟が提起されていないこと。

※消費者被害救済部会付託案件の選定及び会議の実施に関する要領 引用

3 対応経過

	時期	担当	内容
①	10月下旬～	センター	消費者から初回相談、返金に向けて交渉 ➡ 事業者より98万円返金の意向
②	11月下旬	センター	消費経済課へ事前の情報提供 ※以降も平行してあっせん対応は継続
③	11月末	消費経済課	付託要件への適否判断・天野委員・城田委員への意見照会 ➡付託に向けた調整開始
④	12月初旬～	センター	消費者への意向確認（付託の希望有無） ➡全額返金とならない限り部会への付託希望
⑤	12月中旬	センター・消費経済課	事業者に対して、部会への付託が検討されており、今後消費経済課から連絡が入る旨伝達 ➡対応を再検討するため、年始まで回答を保留させて欲しい旨 事業者より返答あり
⑥	1月初旬	センター	事業者から連絡あり ➡全額返金に応じたい旨、返答あり なお消費者と調整の結果、分割返金で合意
⑦	1月中旬～	センター	消費者と事業者間の合意書の取り交わしあっせん
⑧	7月上旬	センター	頭金200万円を50万円、75万円、75万円の3回に分割して全額返金されたことを確認し、対応終了